



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Rapportering av Intellectuellt Kapital

i årsredovisning & på hemsida

- en fallstudie av Xano Industrier och Acando

**Kandidat- och magisteruppsats i
Ekonomistyrning, vårterminen 2008**

Författare:
Elin Larsson & Cecilia Olsson

Handledare:
Johan Dergård

Sammanfattning

Intellektuellt kapital är värdedrivande immateriella tillgångar som inte finns med i balansräkningen. Kapitalen kan betraktas vara en del av den skillnad som finns mellan företags marknadsvärde och bokförda värde. Eftersom de finansiella rapporterna inte kan fånga det intellektuella kapitalet experimenterar företag med frivillig informationsgivning för att förklara för kapitalmarknaden vad skillnaden består av. Det som är intressant med detta är att den, i brist på riktlinjer, kan ta väldigt olika form. Därför syftar denna studie till att hitta likheter och skillnader i rapporteringen samt diskutera vad detta kan bero på. Vi har undersökt detta genom en frekvensräknande analys och en analys som tar fast på det beskrivande perspektivet i rapporteringen. Vi har vidare valt att dela upp det intellektuella kapitalet i sju olika kapitalslag och studera Xano Industri och Acandos rapportering kring dessa i deras årsredovisningar och på deras hemsidor. Efter att ha analyserat dessa företag utifrån kapitalets speciella natur och de problem som finns kring rapportering av kapitalet med en hänsyn till forumens olika syften har vi kommit fram till att det finns likheter och skillnader mellan forumen i de båda företagen. För Xano Industri är en likhet att kundkapitalet har en framträdande roll i båda forumen och för Acando att humankapitalet är mest omnämnt.

**”Om du kan ta på något
är det troligen inte värt
så mycket”**

- Nordström och Ridderstråle

Förord

Arbetet med denna uppsats om rapportering kring intellektuellt kapital har varit både roligt och intellektuellt stimulerande då detta ämnesområde spänner över många delar av företagsekonomin. Detta var vi helt ovetande om då vi en dag i mars klev in på vår handledare Johan Dergårds, universitetsadjunk och ekonomie doktor vid Handelshögskolan i Göteborg, kontor och fick oss ämnet rekommenderat. Vi kastades in i en värld av artiklar där inte ens en entydig definition för det intellektuella kapitalet fanns. Efter många timmars läsning av litteratur accepterade vi avsaknaden av en definition, bildade vår egen och körde på. Här är resultatet. Trevlig läsning!

Vi har egentligen bara en person att tacka och det är vår handledare.

Tack för allt Johan!

Sörgårdsgatan 2008-05-30

Elin & Cecilia

Innehåll

1. INLEDNING	6
1.1 BAKGRUND.....	6
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	7
1.3 SYFTE.....	9
1.4 AVGRÄNSNINGAR.....	9
1.5 LITTERATURGRANSKNING.....	9
2. TEORETISK REFERENS RAM	11
2.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	11
2.2 KATEGORISERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	12
2.2.1 Kategorier.....	12
2.3 EXTERN RAPPORTERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	14
2.4 FÖRETAGETS KOMMUNIKATIONSKANALER.....	15
2.5 PERSPEKTIV PÅ FÖRETAG.....	16
3. METOD	17
3.1 INLEDANDE METOD.....	17
3.2 UNDERSÖKNINGSANSATS.....	17
3.3 UNDERSÖKNINGSMETOD.....	17
3.4 INNEHÅLLSANALYS.....	17
3.5 URVAL.....	18
3.6 METOD FÖR DATAINSAMLING.....	19
3.6.1 Datainsamling till referensram.....	19
3.6.2. Datainsamling till empirisk analys.....	19
3.7 METOD FÖR EMPIRISK ANALYS.....	20
3.8 UNDERSÖKNINGSKVALITET.....	21
3.8.1 Reliabilitet.....	21
3.8.2 Validitet.....	22
3.8.3 Subjektivitet.....	22
3.8.4 Källkritik.....	23
4. UNDERSÖKNINGENS RESULTAT MED ANALYS	24
4.1 FÖRETAGSPRESENTATION XANO INDUSTRIER.....	24
<i>Xano Industriers kommentarer om hemsidan</i>	24
4.2 FÖRETAGSPRESENTATION ACANDO.....	24
<i>Acandos kommentarer om hemsidan</i>	25
4.3 INLEDANDE EMPIRI.....	25
4.4 OBSERVATIONER PER KAPITALSLAG.....	25
4.4.1 Xano Industrier.....	26
4.4.2 Acando.....	27
4.5 VAR INFORMATIONEN ÅTERFINNS.....	28
4.5.1 Xano Industrier.....	28
4.5.2 Acando.....	29
4.7 BESKRIVEN RESULTATPÅVERKAN OCH INTERAKTION.....	31
4.7.1 Xano Industrier.....	31
4.7.2 Acando.....	33

5. AVSLUTNING	35
5.1. <i>Slutsatser</i>	35
5.2 VIDARE FORSKNING.....	36
6. REFERENSER	37
6.1 LITTERATUR & ARTIKLAR	37
6.3 ÅRSREDOVISNINGAR	38
6.4 HEMSIDOR.....	39
7. BILAGOR	40
7.1 KAPITALSLAG OCH BESTÅNDSDELAR	40
7.2 INTERVJUFRÅGOR TILL REPRESENTANTER FRÅN XANO INDUSTRIER OCH ACANDO	41

1. Inledning

I detta kapitel vill vi visa på vad denna uppsats tar avstamp i. Vi vill även leda läsaren igenom den problemdiskussion som har varit vår process mot att finna studiens syfte och avgränsningar. Därefter vill vi återge den litteratur som har legat till grund för vår teoretiska referensram och vår definition av begreppet intellektuellt kapital.

1.1 Bakgrund

Intellektuellt kapital är för många företag en central immateriell källa till värdeskapande som vanligen betraktas inte finnas med i balansräkningen, såsom till exempel ett företags mänskliga resurser (Kristandl, 2007). Tillväxten av kunskapsintensiva företag framför kapital- och arbetsintensiva har gjort att det svenska näringslivet har ändrat struktur till att inneha en större andel intellektuella tillgångar (Finansdepartementet). Företag har generellt idag ett markandsvärde som är skiljt från det bokförda värdet och skillnaden kan betraktas som det intellektuella kapitalet och är många företags primära värdekälla. Detta gör att vi måste inta ett nytt förhållningssätt till deras finansiella rapporter (Fincham *et al.*, 2003) samt vara medvetna om balansräkningens tillkortakommanden i avspeglingen av dolda värdedrivande tillgångar. Det görs ansenliga försök i Europa, där bland annat parlament och Europakommissionen har investerat i att utveckla riktlinjer för rapportering kring intellektuellt kapital. Det finns således en vilja och medvetenhet hos beslutsfattare att det är nödvändigt med en bättre avspeglning av detta växande kapital (Marr *et al.*, 2005). Idag anses skandinaviska företag särskilt duktiga på att hantera sitt intellektuella kapital (Kaufmann *et al.*, 2004) och har även experimenterat med frivillig extern informationsgivning kring kapitalet i bland annat deras årsredovisningar och på deras hemsidor (Marr *et al.*, 2005).

Ämnesområdet intellektuellt kapital har utforskats sedan 1990-talet (Marr *et al.*, 2003) och har ökat medvetenheten om vikten av att förstå dynamiken kring värdeskapande (Kaufmann *et al.*, 2004). Denna insikt har lett till en önskan om att kunna synliggöra dolda värden för att undvika felaktiga värderingar av företag. Problemet med hur företag skall rapportera, mäta och hantera sitt intellektuella kapital, som vi tveklöst vet har en värdedrivande påverkan i dagens affärsvärld, är fortfarande en utmaning som forskarvärlden och reglerare står inför (Mouritsen *et al.*, 2004). Forskare har även svårt att samlas kring en gemensam definition av termen intellektuellt kapital och en gemensam kategorisering av kapitalets beståndsdelar (Kaufmann *et al.*, 2004). Hittills har detta problem tacklats genom att forskare har utvecklat egna definitioner och kategoriseringar i deras studier.

Relevansen i årsredovisningarna har blivit svårare att upprätthålla i takt med att andelen kunskapsföretag har ökat, vilka har många värdedrivande tillgångar utanför balansräkningen. Detta har ökat behovet av kompletterade information (Mouritsen *et al.*, 2004). Den finansiella rapporteringen har under senare tid förstärkts med information om det intellektuella kapitalet. Detta för att motverka att en bristfällig avspeglning i de finansiella rapporterna skall påverka konkurrensen på finansmarknaden negativt, vilket skulle ge återverkningar på investerare, företag och hela vår ekonomi (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Den externa informationsspridningen har kommunikationssyften och vill beskriva gapet mellan vad ledningen vet och vad investerarna saknar för att kunna göra precisa företagsvärderingar. Medvetenheten hos ledningarna om det intellektuella kapitalets betydelse i den värdeskapande

processen har ökat vilket har drivit fram en motsvarande intern informationsspridning med syfte att ge inre styrningseffekter (Mouritsen *et al.*, 2004).

I dagsläget går inte utvecklingen mot att det intellektuella kapitalet skall återfinnas i balansräkningen. Det är inte heller troligt att detta kapital kommer att kunna beskrivas i finansiella termer då det spelar mindre roll om kapitalets komponenter var för sig är i gott skick utan det är interaktionen dem emellan som är av största betydelse (Mouritsen, 2003). Framtidens beskrivningar av det intellektuella kapitalet bör syfta till att fånga komponenternas interaktion och process mot att skapa värde (Beattie *et al.*, 2004). Detta ställer krav på reglerare, forskare och användare av informationen att anta ett nytt synsätt på hur effektiv extern informationsgivning kan se ut (Guimón, 2005).

1.2 Problemdiskussion

Det finns svårigheter med att hantera det intellektuella kapitalet. Det är problematiskt att kategorisera, identifiera och hitta indikatorer för mätning och värdering av kapitalet samt att hänföra kostnader och framtida fördelar till det (Holland, 2003). För samhället är det viktigt att företagen internt har en strategi för att styra det intellektuella kapitalet så att samhällets resurser allokeras på bästa sätt inom företaget och inre effektivitet skapas (Kaufmann *et al.*, 2004). Det är vidare viktigt att kapitalmarknaden kan värdera företagen på ett adekvat sätt då det i förlängningen leder till en bättre allokering av kapital vilket förbättrar samhällets produktivitet (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001).

Det här ämnesområdet har tilldragit sig mer uppmärksamhet i och med framväxten av informationssamhället (Kaufmann *et al.*, 2004). Vår förändrade ekonomi har nya förutsättningar som kräver nya ledningsverktyg samt utvecklade värderingsmetoder för kapitalmarknaden (Johansson, 2003). Forskare, ledningar, investerare och andra användare av termen intellektuellt kapital kämpar med att hitta en definition för termen som passar deras specifika användningsområde men området behöver även en generell definition för att få allmän acceptans (Kaufmann *et al.*, 2004). En kategorisering av kapitalet kan också vara svår men är stundtals nödvändigt för att kunna fånga de olika beståndsdelarnas särskiljande egenskaper och aktuella tillstånd (Marr *et al.*, 2003).

Det intellektuella kapitalet måste, för ett företag med många intressenter och investerare, hanteras med utgångspunkt i både interna och externa krav. Informationsspridningen om kapitalets beskaffenhet och utveckling sker således i form av rapportering både internt och externt (Marr *et al.*, 2005). Företagens motiv till att ha en god extern rapportering grundar sig i att information om det intellektuella kapitalet kan minska osäkerheten kring dessa resursers tillstånd och företagets framtida utveckling samt sänka företagets kostnad för kapital (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Om kapitalmarknaden saknar information har den inte möjlighet att värdera företagets fulla potential eller brist på dito. Studier visar att information om dolda resurser är mer relevant för aktiemarknaden än rapporterade resultat och kassaflöden eftersom informationen om intellektuella resurser reflekterar tillväxtpotentialer och inte endast speglar historiska utfall (Kaufmann *et al.*, 2004).

Det är väsentligt för ledningen att ha en genomtänkt extern rapportering som tar fasta på de intellektuella resursernas samverkan och denna interaktions effekt på företagets värdeskapande (Mouritsen, 2002). Extern rapportering kan minska informationsasymmetrin mellan ledning och kapitalmarknaden och har som syfte att beskriva skillnaden mellan företagets marknadsvärde och bokförda värde (Garcia-Meca 2005). För att företaget skall

lyckas med detta måste en identifiering och mätning av det intellektuella kapitalets komponenter ske samt en beskrivning av dessa komponenters samband till de finansiella resultaten göras (Mouritsen, 2001). Att ledningen måste ha en medvetenhet och kunskap om de intellektuella resurserna är dels ett resultat av resursernas betydelse för framgång och dels ett resultat av externa påtryckningar om information som kan komplettera den finansiella (Mouritsen *et al.*, 2004). Externt sker rapporteringen ofta via hemsidor, i årsredovisningar, på investerarmöten eller via privata kanaler (Garcia Meca, 2005). Den externa rapporteringen är inte standardiserad och det finns få riktlinjer vilket gör att de rapporterade indikatorerna och komponenterna varierar beroende på företag (Marr *et al.*, 2005). Den externa informationsgivningen riktar sig till intressenterna och av dessa främst kreditgivare och investerare (Marr *et al.*, 2005).

Den externa rapporteringen sker som sagts bland annat i det mer traditionella och reglerade forumet - företagets årsredovisning, och i det nyare och oreglerade forumet - företagets hemsida. Informationen är ickefinansiell och sker i form av en beskrivning i ord och indikatorer i siffror. Informationen som återfinns i årsredovisningen och informationen som finns på hemsidan kan ta olika karaktär eftersom forumen är olika och därför kan informationskällorna komplettera varandra i ett företags externa rapportering om sitt intellektuella kapital. Årsredovisningarna kommer ut en gång om året vilket gör att informationen kan bli inaktuell för investerare som ständigt reviderar sina portföljer (Bukh *et al.*, 2005). För att förbättra relationen till dessa investerare kan företagen utnyttja hemsidan som kommunikationskanal (Marston, 2003). I dagsläget förväntar sig företagens intressenter att finna den information de behöver på hemsidan (Jäderberg *et al.*, 2007). I motsats till detta menar Xiao (2004) att informationen på hemsidorna till stor del är den samma som den som finns i årsredovisningarna. Företagen har således möjlighet att använda forumen på olika sätt och informationsgivningen om det intellektuella kapitalet kan ta olika form på dessa ställen.

Med ovanstående problemdiskussion i åtanke är en studie kring skillnader och likheter mellan ett företags rapportering i årsredovisningen och på hemsidan med avseende på det intellektuella kapitalet intressant. Vi vill undersöka om informationen för det enskilda företaget skiljer sig åt beroende på vilket forum den uppkommer i. Det vore klargörande att se huruvida samma kapitalslag beskrivs i de två forumen men i olika omfattning eller om företagen väljer att ta fasta på olika delar av det intellektuella kapitalet i sina forum. Vidare är det också intressant att se om några mönster kan urskiljas mellan våra fallföretags externa rapportering. Ett antagande är att en viss del av det intellektuella kapitalet rapporteras framför andra delar, vilket kan tyda på att det antingen är lättare att återge denna del eller att det av ledningarna i de olika företagen betraktas som mer betydande i rapporteringen. Om vi först ponerar att informationsgivningen är mer omfattande i ett forum indikerar detta att investerare som söker information om det intellektuella kapitalet kan vända sig till ett forum framför ett annat. Om det istället visar sig att informationsgivningen tar fasta på olika komponenter i de olika forumen är detta ett tecken på att de företag som vi har undersökt använder forumen som komplement till varandra. Därtill avser vi även att undersöka om vi kan urskilja något avsnitt i respektive forum där en övervägande del av informationen angående det intellektuella kapitalet återges.

1.3 Syfte

Avsikten med denna studie är att via årsredovisningar och hemsidor undersöka företags externa informationsgivning av sina intellektuella kapital. Syftet är att fånga likheter och skillnader mellan företagens rapportering i årsredovisningarna och på hemsidorna.

1.4 Avgränsningar

Vi har valt en form av icke-avgränsning när det gäller undersökningen av det intellektuella kapitalet. Vi har studerat hela det intellektuella kapitalet med följderna att vi har begränsat oss till att endast undersöka två företags externa rapportering. Den externa informationsgivningen som undersökts är den som kan återfinnas i företagens svenska årsredovisningar för 2007 och på deras svenska hemsidor under maj månad. All information har beaktats, både den frivilliga och obligatoriska, dock med undantag för bilder, bildtexter och stycken som är på andra språk än svenska. På företagens hemsidor har dokument som måste laddas ned för att läsas samt pressmeddelanden exkluderats.

1.5 Litteraturgranskning

Många av de studier som är publicerade inom området intellektuellt kapital är av teoretisk natur och försöker bygga teorier. Detta är inte förvånande då forskningsområdet är ungt (Marr *et al.*, 2004). Ämnesområdet har studerats från olika vinklar, bl.a. strategi, finans, redovisning, ekonomistyrning, nationalekonomi, HR och IT (Marr *et al.*, 2004). Forskningen som rör det intellektuella kapitalet har främst varit inriktad på att studera humankapitalet (Mouritsen, 2003) eller andra specifika delar av kapitalet (Kaufmann *et al.*, 2004). De problem som främst har studerats berör hur man skall hantera, mäta och rapportera om det intellektuella kapitalet där de flesta publikationer är orienterade mot mätning. Vi avser nedan att redogöra för tidigare forskning som har nära förbindelse med denna uppsats. Våra begränsade språkkunskaper har gjort att vi endast har tittat på svenska och engelska artiklar. Jan Mouritsen är en av de mest refererade forskarna i den litteratur vi har läst men även Edvinsson, Marr, Johansson och Bukh refereras frekvent. Kommande stycken i detta avsnitt syftar till att återge den litteratur som har legat till grund för vår definiering, kategorisering och teoretiska referensram. Först avser vi att återge forskning kring definitioner av kapitalet, därefter vill vi visa på litteratur kring kategorisering för att avsluta med att diskutera hur forskningen av den externa rapporteringen har sett ut.

Definitionen av ett begrepp är vanligtvis det första som utreds i forskning. Detta gäller även för forskningen kring det intellektuella kapitalet men som vi tidigare nämnt finns ingen konsensus i forskarvärlden kring begreppet (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Kristandl med flera diskuterar betydelsen av att inte förväxla det intellektuella kapitalet med goodwill. Mouritsen har i sin forskning diskuterat kring vad som skall ingå i och hänföras till det intellektuella kapitalet och menar att definitionen skall vara bred då det är svårt att värdera kapitalets beståndsdelar var för sig (Mouritsen, 2003). Vidare har Marr och Chatzkel (2004) belyst problemet med att definitionen av intellektuellt kapital varierar i sin innebörd, vilket hämmar enigheten forskare emellan. Kaufmann å andra sidan har i sin forskning problematiserat kring att begreppet kan ha samma innebörd men olika tillskrivningar. Han menar vidare på att definitionen fortfarande är på en abstrakt nivå och ger praktiker och forskare lite hjälp. Sullivan menar att immateriella tillgångar är kunskap som kan bli översatt till vinst och Lev menar att immateriella tillgångar är de tillgångar som skapar framtida

fördelar men inte har fysiska eller finansiella sammankopplingar. Det som dock är gemensamt för de flesta forskarna är att de i något hänseende refererar det intellektuella kapitalet till kunskap samt nämner kapitalets värdeskapande egenskaper (Kaufmann *et al.*, 2004).

Vi har i föregående stycke visat på det breda spektrumet som finns kring definitionen för intellektuellt kapital. Detsamma gäller för kategoriseringen. Ett problem som forskare möter när de skall kategorisera är att kapitalslagen överlappar varandra (Kaufmann *et al.*, 2004). Trots att många anser att det är näst intill omöjligt att kategorisera det intellektuella kapitalet brukar man tala om kapitalet i de tre olika kapitalslagen; human-, struktur- och relationskapital (Hansson, 1999). Det är inte alltid ändamålsenligt att använda denna kategorisering för att förstå vad kapitalet består av, utan uppdelningar med fler kategorier har utarbetats av forskare och andra instanser. Edvinsson menar att det intellektuella kapitalet endast kan kategoriseras som human- och strukturkapital medan en tysk intressegrupp har sju olika kategorier vilka bland annat består av innovationskapital, investeringskapital, lokaliseringskapital och processkapital. Smith, Michalish och Kline har en kategorisering som koncentrerar sig kring de dolda tillgångar som de anser är viktigast för företagets framgång, nämligen företagets anseende, kunnande (know-how) och organisationskultur (Kaufmann *et al.*, 2004) och Marr med flera kategoriserar utefter humana resurser, relationer till partners, infrastruktur, organisatorisk förmåga och teknologier.

Den större delen av litteraturen kring rapportering av intellektuellt kapital har återgett anledningar till varför information bör lämnas. All litteratur som vi har läst har tillsammans bidragit till en insikt om varför företag bör rapportera om sitt intellektuella kapital. I framkanten av denna litteratur finns Van der Meer-Kooistra, Holland och Marr. Vidare har Guimón återgett de problem som gör att företagen inte rapporterar om kapitalet tillräckligt väl och att investerare inte tillgodogör sig informationen om det intellektuella kapitalet. Mouritsen har i sina studier pekat på den paradox som finns rörande rapporteringen. Han menar att kapitalmarknaden inte är speciellt intresserad av information om det intellektuella kapitalet trots att flera forskare framhåller rapporteringens positiva effekter och att rapportering kan hjälpa investerare att göra mer precisa värderingar.

Till sist, den litteratur som har bidragit till att öka förståelsen kring företagens forum, det vill säga kommunikationskanalerna årsredovisning och hemsida, har inte varit lätt att finna. Med hjälp från en tidigare uppsats skriven vid Företagsekonomiska institutionen vid Göteborgs universitet av Jäderberg med flera har referenser hittats. Förståelse kring dessa forums karaktär har slutligen skapats genom inläsning av en studie kring finansiell rapportering på Internet av Marston (2003) och via traditionell teori kring årsredovisningens syfte och målgrupp.

2. Teoretisk referensram

I detta kapitel följer vår referensram vilken grundlades i föregående kapitel. Vi vill här presentera de teorier och den fakta som kan öka förståelsen kring det intellektuella kapitalet och för vår studie. Denna referensram är grunden för vår definition och kategorisering.

2.1 Intellektuellt kapital

Det intellektuella kapitalets speciella natur gör det svårt att fånga det i en allmängiltig definition och termen beskrivs därför ofta utifrån vad den inte är (Kristandl, 2007). Det intellektuella kapitalet är snarare en allomfattande term än ett tydligt begrepp vilket gör att definitionen måste vara bred alternativt precis i sitt sammanhang (Kaufmann *et al.*, 2004).

Intellektuella resurser betraktas vanligtvis finnas på tre platser i en organisation; hos de anställda (humankapital), i organisationens struktur (strukturkapital) samt hos organisationens kund- och marknadsrelationer (relationskapital) (Hansson, 1999). Gränserna mellan dessa kapitalslag är inte fullt så tydliga i praktiken som de är i teorin då de kan vara svåra att identifiera och särskilja (Hansson, 1999) samt svårt att hänföra värdeskapande till dem (Holland, 2003). Det är det intellektuella kapitalet som utgör basen i ett företag, vilket är speciellt tydligt i kunskapsintensiva organisationer. Det överordnade syftet som det intellektuella kapitalet har är att i sin interaktion med företagets övriga tillgångar driva värdeskapandet i företaget på ett sådant sätt att det kan utgöra nyckeln till företagets framgång (Marr *et al.*, 2005). För att kapitalmarknaden skall kunna värdera dessa tillgångar måste deras förståelse för företagets process mot värdeskapande öka och det är detta behov som den externa rapporteringen vill svara upp mot (Mouritsen, 2003).

Det intellektuella kapitalets värde är inte statiskt utan skapande och omformning sker löpande. I en process av utveckling och upptäckande är det svårt att förutse tillväxten av kunskap. (Marr *et al.*, 2005). Detta indikerar att värdering av enskilda intellektuella resurser är svårt om vi vill kunna härleda ett specifikt framtida finansiellt värde till dem (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Intellektuella resurser måste ses i deras specifika inrättning hellre än i en kontext av regelbaserad redovisning. Detta gör att i dagsläget är inte dessa tillgångar översättningsbara till en sådan god nivå att de kan användas till förutsägningar av aktieprisets rörelse (Mouritsen, 2003) vilket gör att företagen experimenterar med frivillig och beskrivande information (Marr *et al.*, 2005). Rapporteringen kring intellektuella tillgångar har vidare inte den starka institutionella och lagstiftande uppbackningen som traditionella tillgångar har (Mouritsen, 2003).

Detta avslutande stycke sammanfattar vår definition av det intellektuella kapitalet vilken har tagit en bred ansats eftersom vi har undersökt hela det intellektuella kapitalet. Vi kommer dock att operationalisera och begränsa definitionen i vår metoddel för att göra definitionen användbar i vår studie. Sammantaget, det intellektuella kapitalet är de immateriella tillgångar hos företag som bidrar till värdeskapande. Karaktären av denna resurs är att den är unik för det specifika företaget eftersom det är interaktionen mellan detta kapitals komponenter och inte främst sammansättningen som avgör hur väl kapitalet presterar (Mouritsen, 2003). Detta gör att det inte finns några direkta substitut för detta ej formaliserade kapital. Kapitalet är till stora delar rörligt då det har möjligheten att lämna företaget (Kristandl *et al.*, 2007). Stora

delar av kapitalet kan kvantifieras trots att det ligger utanför balansräkningen, således ingår inte goodwill. Det är svårt att beskriva kapitalet i finansiella termer dock har kapitalet en påverkan på resultatet som kan beskrivas och är intressant för aktieägarna (Marr *et al.*, 2005). Det är viktigt att ha i åtanke att kapitalets speciella natur gör det till företagets mest essentiella resurs i det långsiktigt hållbara värdeskapandet (Mouritsen, 2003).

2.2 Kategorisering av intellektuellt kapital

Det är viktigt att anta en nyanserad syn på det intellektuella kapitalets uppdelning då det inte finns någon konsensus kring termen och dess beståndsdelar. Detta gör att varje forskare måste tydliggöra vilken del av det intellektuella kapitalet hon eller han avser att studera då detta inte är självklart för läsaren. Denna brist på konsensus gör att det blir intressant för läsaren att få olika forskares syn på vad som ingår i termen (Kaufmann *et al.*, 2004). Kategorisering görs för att forskningen ska bli mer precis. Indelning av kapitalets komponenter kan variera beroende på inom vilket område termen skall användas och behöver inte vara så enkel och översiktlig som uppdelningen i; human-, struktur och relationskapital (Hansson, 1999).

För att beskriva det intellektuella kapitalets innehåll, karaktär, egenskaper och komponenternas interaktion med varandra utgår vi från en uppdelning som vi har använt i vår bearbetning av den empiriska datan. I kommande stycke avser vi inte att kategorisera för att förenkla det komplexa intellektuella kapitalet utan uppdelningen avser endast att utgöra en grund för en mer detaljerad beskrivning av det intellektuella kapitalets delar. Anledningen till att vi gör detta är för att bl.a. Kaufmann med flera (2004) menar att det kanske inte är möjligt att prata om det intellektuella kapitalet generellt.

2.2.1 Kategorier

Humankapitalet avser värdet av all kompetens hos alla medarbetare i organisationen. Kunskap blir humankapital när den kan omsättas i praktiken och bidrar till ökat värdeskapande inom företaget. Detta är ett ickefinansiellt kapital som är svårt att omvandla till mätbara värden. Det är även svårt för företaget att hävda någon form av besittning av kapitalet då de anställda har bestämmande inflytande över sin kunskap. Företag kan omvandla humankapital till strukturkapital genom att dokumentera och ackumulera kompetensen, enligt detta tankesätt blir humankapitalet till en tillgång först när det omvandlats till struktur- eller relationskapital (Hansson *et al.* 1999).

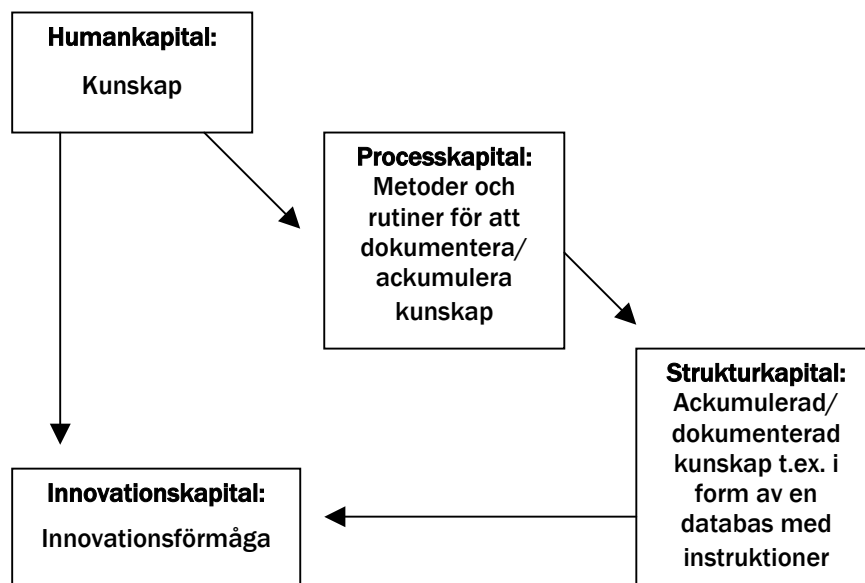
Företagets kontakter med kunder benämns ofta som *kundkapital* och kontakterna med leverantörer kan samlas under kategorien *leverantörskapital*. Tillsammans beskrivs ofta dessa omvärldskontakter under samlingsnamnet relationskapital (Hansson, 1999). Gemensamt för de flesta företag är att kunderna utgör det mest betydelsefulla kapitalet (Hansson, 1999). Kundkapital är historisk och demografisk kundkännedom om tidigare, befintliga och potentiella kunder (Sullivan, 1998). En dokumenterad kundkännedom exempelvis i form av ett kundregister är strukturkapital. Att dokumentera är således ett sätt att minska kundkapitalets rörlighet (Hansson, 1999). I kundkapitalet ingår sådant som varumärke, marknadsaktiviteter och samhällsdeltagande. Företagets relationer till sina leverantörer, det vill säga leverantörskapitalet, är ofta betydande för kunden och därmed kundkapitalet, således finns en naturlig interaktion mellan kund- och leverantörskapital (Sullivan, 1998).

Strukturkapitalet består huvudsakligen av ickefinansiella tillgångar. Företaget har en tydligare besittning över strukturkapitalet och kapitalet kan liknas vid företagets infrastruktur. Ur

företagets synvinkel är investeringar i strukturkapitalet viktigt då detta är grunden för att kunskap skall kunna ackumuleras vilket gör att det ibland kan vara problematiskt att avgöra när humankapitalet träder över till att bli strukturkapital. I dagens informationssamhälle, där stor konkurrens råder, är även investeringar i strukturkapital av stor vikt för ett hållbart värdeskapande (Hansson, 1999). Företagens *processkapital* är även det likt human- och strukturkapitalet och kan ibland överlappa dessa kapitalslag. Processkapitalet gränsar nära till kund- och leverantörskapital eftersom kapitalet delvis är de metoder som företaget använder för att handha sina affärer och relationer. Processkapitalet kan närmare beskrivas som de rutiner som företaget har kring ackumulering och överföring av kunskap (Sullivan, 1998).

Innovationskapital är företagets förmåga att organisera forskning och utveckling av nya produkter och tjänster för att på bästa sätt kunna möta kundernas behov. Kapitalet består av innovationsframgångar, innovationsmekanismer samt innovationskultur. I detta kapital ingår en organisationsstruktur och miljö som stimulerar innovation och driver företagets utveckling. Innovationskapitalet interagerar tätt med human- och strukturkapitalet eftersom en organisations innovationsförmåga är beroende av både kunskap (humankapital) och en gynnsam miljö (strukturkapital) (Chen *et al.*, 2004) vilket åskådliggörs i figur 1.

Lokaliseringskapital är dolt kapital hänförbart till företagets lokalisering. Detta kan exempelvis vara attraktiva hyreskontrakt eller strategiska placeringar av kontor. Detta kapitalslag kan betraktas som nära sammankopplat med strukturkapitalet då lokaliseringen kan ses som ett sätt för företaget att organisera sig. Det är dock meningsfullt att särredovisa lokaliseringskapitalet med hänsyn till att detta kapital är ytterst värdeskapande för affärskedjor med hyreskontrakt på attraktiva adresser (German Accounting Standard12).



Figur 1: Naturlig interaktion Kunskapen hos medarbetarna (humankapitalet) kan ackumuleras och dokumenteras till att bli strukturkapital med hjälp av metoder och rutiner inom företaget (processkapitalet). I och med detta föreligger goda förutsättningar för att kunskapen i humankapitalet tillsammans med den dokumenterade kunskapen skall kunna öka organisationens innovationsförmåga (innovationskapitalet).

2.3 Extern rapportering av intellektuellt kapital

Den externa rapporteringen som rör det intellektuella kapitalet är i sin linda. Rapporteringen karakteriseras idag av en experimentell form där liten erfarenhet och få regleringar styr (Marr *et al.*, 2005). Det som kan förklara dagens informationsspridning av kapitalet är företagens vilja att öka förståelsen kring företagsvärdet och de värdedrivande faktorerna som inte återfinns i balansräkningen. Vidare efterfrågar investerarna information om det intellektuella kapitalet som kan komplettera den finansiella informationen och bidra till möjligheten att sätta ett mer precist värde på företaget. Företaget, kapitalmarknaden och samhället har *fördelar* av rapportering vilka beskrivs nedan. Även de *problem* som är kopplade till rapporteringen presenteras i samma avsnitt. Vi inleder dock med att beskriva hur rapporteringen *går till*.

Den externa rapporteringen sker i form av uttalanden, via investerarkonferenser och privata kanaler samt i årsredovisningar och på hemsidor (Garcia-Meca, 2005). Det vanligaste är att företagen rapporterar om sitt intellektuella kapital utifrån ett managementperspektiv med inriktning på indikatorer, aktiviteter och processer, exempelvis med hjälp av en blandning av finansiella och ickefinansiella mått så som Balanced Scorecard eller Economic Value Added (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Författarna till artikeln Reporting on Intellectual Capital menar att det är företagets karaktär som ska avgöra vilken information företaget bör rapportera om samt att den externa rapporteringen bör vara baserad på den information om det intellektuella kapitalet som används i den interna styrningen. Vidare menar Guimon (2005) att om vi inte vill ändra de grundläggande redovisningsprinciperna, som bland annat verifierbarhet och tillförlitlighet, måste information om det intellektuella kapitalet stå utanför balans- och resultaträkningen och fortsätta anta den beskrivande form som den har idag.

En god extern informationsspridning kan ge företaget fördelar i form av att företaget blir attraktivt för viktiga externa resurser, såsom till exempel kapital och medarbetare (Mouritsen *et al.*, 2004). Den externa rapporteringen förbättrar även företagets rykte samt påverkar aktiepriset och minskar aktiens volatilitet (Holland, 2003). Sammantaget minskar detta företagets kostnad för kapital (Mouritsen *et al.*, 2001). Kapitalmarknaden drar huvudsakligen fördel av att investerarna kan sätta ett mer precist värde på företaget då detta minskar risken för slumpmässig fördelning av förmögenhet på aktiemarknaden (Marton, 2008). Om det finns en god kommunikation mellan företag och resursmarknaden kan hela samhällets resursallokering förbättras vilket ökar samhällets produktivitet och ökar den nationella konkurrenskraften (Andriessen, 2004).

Det främsta problemet som idag påverkar rapporteringen kring det intellektuella kapitalet är att det finns ett gap mellan vad investerarna önskar för information och hur det är möjligt att rapportera om kapitalet. Kapitalmarknaden önskar standardiserad och filtrerad information med garanterad tillförlitlighet av oberoende utomstående organ, såsom exempelvis revisorer. Anledningen till detta är att de vill kunna använda informationen i benchmarksyften (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Kapitalmarknaden har generellt en preferens för kvantitativ information framför den beskrivande (Guimón, 2005). Ett sådant krav på formaliserad och mätbar information kan inte företagen helt möta då det intellektuella kapitalet är av sådan karaktär att rapporteringen till stora delar måste ta en beskrivande form (Mouritsen *et al.*, 2004). Rapporteringen drabbas även av avsaknaden av ramverk för hur den skall se ut och avsaknaden av instanser som kan verifiera informationen (Guimón, 2005). Bristen på reglering gör att det lämnas utrymme för manipulation av informationen om endast positiva indikatorer om det intellektuella kapitalet ges ut (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001). Företagens informationsgivning påverkas även av svårigheten att beskriva och visa på den

finansiella kopplingen samt företags rädsla för att avslöja företagskänslig information (Guimón, 2005).

2.4 Företagets kommunikationskanaler

Företag använder sig idag av flera kommunikationskanaler. Det traditionella sättet att kommunicera genom årsredovisningen och privata kanaler kompletteras med hemsida, investerarmöten och media (Garcia-Meca, 2005). Den ekonomiska situationen och förhållandena för företag är i regel komplicerade (Jönsson-Lundmark, 1987) vilket gör att informationen som företag kommunicerar har som syfte att öka förståelsen för företags ekonomiska situation och strategi samtidigt som informationen skall fungera som ett marknadsföringsverktyg. Det finns ett positivt samband mellan företags storlek och mängden information som redovisas på deras hemsidor, vilket delvis kan förklaras av att större organisationer är mer komplexa och fordrar utökad informationsgivning (Marston, 2003). Utöver företags storlek finns det inga signifikanta företagsvariabler som kan förklara informationsgivningen (Marston, 2003).

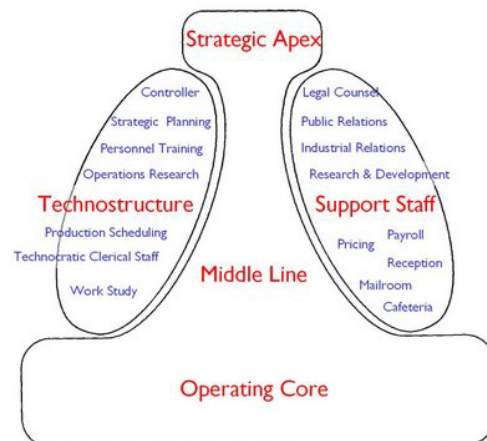
Årsredovisningen riktar sig främst till aktieägarna (Skogsvik, 2002) men även till potentiella investerare, analytiker och långgivare (Jönsson-Lundmark, 1987) medan informationen på hemsidan vanligtvis riktar sig till en större grupp av intressenter. Årsredovisningen har under lång tid varit ett viktigt underlag för investerares beslut men har under senare tid tappat i relevans dels på grund av årsredovisningens tillkortakommande när det gäller fångandet av dolda värden i företag (Jäderberg *et al.*, 2007). Årsredovisningen kommer ut en gång om året vilket gör att den snabbt blir inaktuell för investerare som reviderar sina portföljer ofta (Bukh *et al.*, 2005). Årsredovisningens styrka är att det finns obligatoriska avsnitt med information som är granskad av en oberoende part vilket även gör den mer tillförlitlig (Jönsson-Lundmark, 1987). Detta gäller inte för informationen på företagets hemsidor. Den som tar del av företagsinformation bör givetvis alltid ha i åtanke att företagsledningen, av rent mänskliga skäl, kan ha intresse av att beskriva den ekonomiska situationen på ett sätt som är fördelaktigt för dem privat eller för företaget (Jönsson-Lundmark, 1987) samtidigt som läsaren inte får lamslås av en kritisk inställning (Marston, 2008). Den historiska utvecklingen av god redovisningssed har strävat mot att åstadkomma finansiella rapporter med hård data, det vill säga data som både utgivaren och mottagaren av rapporterna kan lita på (Jönsson-Lundmark, 1987). Detta har dock lett till att redovisningen idag saknar metoder och utformning för återgivandet av information om företags intellektuella kapital. I samband med att medvetenheten om detta kapital har vuxit har frivilliga, oreglerade och experimenterande tillvägagångssätt kring informationsgivning om det intellektuella kapitalet vuxit fram (Marr *et al.*, 2005). Information om det intellektuella kapitalet förekommer nu både i företags årsredovisningar och hemsidor.

Hemsidan kan vara en aktuell plats där företagen kontinuerlig kan leverera uppdaterad information om såväl finansiella förhållanden som intellektuellt kapital. Den finansiella rapporteringen på Internet har ökat under de senaste åren vilket delvis beror på att företagen idag är i behov av kapital från den globala kapitalmarknaden (Marston, 2003). Informationsgivningen på företagets hemsidor är till största del frivillig och oreglerad (Marston, 2003). Noterade bolag är enligt OMX's noteringsavtal tvungna att ha ett särskilt avsnitt på hemsidan avsatt för bolagsstyrning. I detta avsnitt skall information gällande vilken kod för bolagsstyrning som bolaget tillämpar, aktuell styrelsesammansättning, information om verkställande direktör och stämмоvalda revisorer samt en utförlig redogörelse för vart och ett samtliga utestående incitamentprogram finnas. Bolagen är även tvungna att ha kvar

information som är offentliggjord på hemsidan i minst tre år, om inte skärskilda skäl föreligger (OMX's noteringsavtal, 2007). International Accounting Standards Committee (IASC) har publicerat en diskuterande skrift om Affärsrapportering på Internet, vilket föreslår några standarder för webbaserad rapportering, men utöver detta finns inga föreskrifter om informationens innehåll och utformning (Marston, 2003). Tillförlitlighet och subjektivitet är således något som måste beaktas av användaren av informationen. Internet möjliggör dock att företagen kan lämna mer ickefinansiell information utöver den som lämnas i årsredovisningen och företagens intressenter förväntar sig nuförtiden att finna den information de söker på hemsidan (Jäderberg *et al.*, 2007). Företagen kan utnyttja hemsidan till att förbättra relationen till sina investerare dock är den information som idag återfinns på hemsidan i de flesta fall redan publicerad i skriftlig form (Marston, 2003). Även Xiao (2004) menar att informationen på hemsidorna till stor del är den samma som den som finns i årsredovisningarna.

2.5 Perspektiv på företag

Det finns många synsätt och perspektiv att projicera på företag, dess struktur och delar som är användbara utgångspunkter i analyser kopplade till företag. Mintzberg har fem grundläggande element som går att applicera på de flesta företag (Jacobsen *et al.*, 1997), vilken illustreras i figur 2 nedan. I figuren kan vi se att företaget består av elementen: den operativa kärnan, en taktisk medelnivå, två stödjande funktioner och den strategiska nivån. Dessler (1992) menar att i den strategiska nivån (strategic apex) ingår styrelsen, VD, ledningsgrupp och kommittéer som tillhör till styrelsen (Jacobsen *et al.*, 1997). Det finns ett annat synsätt på företagsledning och företagsadministration som kallas intressentmodellen (Lundahl *et al.*, 1982). Denna modell ser företaget ur ett företagsledningperspektiv och betonar företagets yttre roll. Modellen menar att intressenterna i en organisation är de individer eller grupper som är beroende av företaget, exempel på dessa grupper är anställda, stat och ägare. Denna modell har fått kritik för att intressentkategorierna är allt för generella och nyanslösa eftersom modellen inte betraktar de betydande skillnaderna som ofta förekommer mellan olika intressentgrupper. Lagerqvist (1972) har en mer nyanserad bild på intressenterna och har delat upp dem i kategorier. De primära intressenterna är företagsledning och anställda och de sekundära är leverantörer, kunder, ägare, stat med flera. Vidare skiljer Samuelsson (1974) mellan de intressenter som ur ledningens perspektiv befinner sig inne i företaget, vilka är medarbetare, ledning och deltagande aktieägare, och de som befinner sig utanför; bank, kunder, leverantörer och aktieägare som ej är aktiva i företagets styrning via styrelsen (Ohlin *et al.*, 1982).



Figur 2, källa: www.ebbemunk.dk/technostructure

3. Metod

Detta kapitel är ämnat åt att presentera denna studies ansats, metod och verktyg. Kapitlet fungerar som en manual för läsaren och vill hjälpa läsaren till förståelse om studiens tillvägagångssätt samt ge läsaren en inblick i det arbete som denna studies resultat vilar på.

3.1 Inledande metod

I arbetet med denna uppsats har vi undersökt Xano Industriers och Acandos externa rapportering av sina respektive intellektuella kapital. Anledningen till att vi har valt att undersöka två företag är för att vi inte har uteslutit några delar av det intellektuella kapitalet och därmed har begränsat antalet företag efter tiden. Vi har gjort en beskrivande och en frekvensanalys av företagens externa informationsgivning genom att vi manuellt har undersökt deras årsredovisningar och hemsidor. Vi har haft ambitionen att skapa oss en bild av företagens egna framställningar av sina intellektuella kapital.

3.2 Undersökningsansats

En uppsats har olika ansatser beroende på vad den syftar till. Undersökningsansatsen väljs utifrån val som utredaren gör i planeringen och genomförandet av sin uppsats. Utredaren måste ta ställning till undersökningens syfte, metod, omfattning, upplägg, typ av data, tid, datakällor och metoder för datainsamling (Lundahl *et al.*, 1999). Efter att vi hade tagit hänsyn till dessa aspekter kom vi fram till att en beskrivande och frekvensräknande undersökningsansats lämpade sig väl som utgångspunkt för denna studie. Vid användningen av en beskrivande ansats måste problemställningen vara väl specificerad. Syftet med vår ansats har inte varit att försöka förklara några orsakssamband utan att försöka beskriva ett förhållande som råder (Lekwall *et al.*, 1993).

3.3 Undersökningsmetod

Vi har använt oss av två huvudsakliga metoder; en beskrivande med syftet att på djupet beskriva, analysera och förstå det förhållande som råder (Lundahl *et al.*, 1999) och en observerande metod med syftet att se till frekvensen av uppkomna observationer. Vår studie består endast av ett fåtal undersökningsobjekt men med ett flertal undersökningsvariabler om företagens intellektuella kapital, vilket kännetecknar en beskrivande studie. En fördel med detta har varit att vi som författare av studien aktivt kan delta i datainsamlingen (Halvorsen, 1996). En annan fördel är att metoden har bidragit till att skapa en helhetsbild i vår studie. Nackdelen är att de slutsatser som vi har dragit från det insamlade materialet inte kan projiceras på andra företag (Holme *et al.* 1997) samt innehåller subjektivitet (Halvorsen, 1996).

3.4 Innehållsanalys

I vår innehållsanalys har vi varit intresserade av språk, betydelser och mening i de dokumenten som vi analyserat likaväl som frekvens. Anledningen till detta är att vi har försökt att identifiera och mäta var och hur starkt frågor som är hänförliga till det

intellektuella kapitalet tränger igenom (Lundahl *et al.*, 1999). Detta har lett till att vi både i ord och siffror kommer att beskriva samt presentera vad vi har fått för resultat av vår studie (Merriam, 1994).

För att uppnå vårt syfte har vi valt att analysera den externa rapporteringen genom att titta på företagets hemsida samt den frivilliga och obligatoriska rapporteringen som återges i företagets årsredovisning. För att fånga hela det intellektuella kapitalet och beskriva kapitalets natur samt dess beståndsdelar har vi valt att göra en djupare innehållsanalys som kompletteras av en analys som tar fasta på frekvens. Guthrie och Petty pekar på svårigheten att försöka kvantifiera det intellektuella kapitalet då det i många avseenden är en kvalitativ term vilket är anledningen till att vi gjorde en djupare studie av kapitalets uppkomst i de olika forumen. Våra analyser har gjorts manuellt för att undvika de problem som följer en elektronisk analys. Ett av dessa problem är att den elektroniska utsökningen av ord inte kan ta fasta på de olika betydelseerna ett ord kan ha (Beattie *et al.*, 2005). Till exempel kan komponenten erfarenhet betraktas som en beskrivning av humankapitalet i ett visst sammanhang men om ordet erfarenhet hittas i följande mening ”Vår erfarenhet är att investeringar i materiella tillgångar är lönsamma” får det en annan betydelse och skulle då vid en elektronisk körning ha påverkat vår analys fastän meningen inte beskriver det intellektuella kapitalet. Vidare menar vi att vårt tillvägagångssätt kan ta fasta på beskrivningar av det intellektuella kapitalet som görs utan att textens ord är direkt hänförliga till detta kapital. Vi har även genom vår manuella inläsning kunnat ta hänsyn till upprepningar med samma betydelse i samma kontext. Ett exempel på detta är att det ofta i årsredovisningar finns sammanfattande stycken som återkommer mer än en gång. Våra empiriska resultat upplyser inledningsvis om hur stor del av de totala observationerna som är upprepningar i de resultat vi presenterar. Vidare har vi valt att ta hänsyn till upprepningarna i vår analys och se dem som ett tecken på att företaget själva tycker att den information som upprepas är central och en viktig del av deras intellektuella kapital.

3.5 Urval

Vi har valt att studera Xano Industrier och Acando, vilka är företag i verkstads- respektive konsultbranschen och återfinns på OMX's lista för Small Caps. Då vi har gjort en djup studie kring den externa rapporteringen av hela det intellektuella kapitalet tvingades vi att begränsa vårt urval till två företag. Med ett mer omfattande urval av företag hade studien kunnat bidra till att ge mer generella slutsatser (Lundahl *et al.*, 1999) Dock har vårt urval av vilka företags rapportering vi skulle studera varit tämligen oväsentligt för studien, då vi inte främst har haft för avsikt att jämföra deras rapportering utan att jämföra det enskilda företagets rapportering i årsredovisningen med rapporteringen på hemsidan. Att vi valde två företag och att valet föll på just dessa var en form av bekvämlighetsval.

En signifikant del i vår studie har varit grundarbetet med att operationalisera vår teoretiska definition, det vill säga att urskilja det intellektuella kapitalets kapitalslag och dessa kapitalslags beståndsdelar. Då vi inte har velat välja ut några specifika delar av det intellektuella kapitalet utan analysera helheten har vi sökt en kategorisering som är tillräckligt bred för att fånga allt. Efter vår studie av befintlig litteratur valdes följande kapitalslag: *innovations-, human-, kund-, leverantörs-, struktur-, process och lokaliseringkapital*. Efter urvalet av dessa kapitalslag började arbetet med kapitalens beståndsdelar. Vi valde ett tämligen omfattande antal beståndsdelar, med inspiration från erkända forskare inom ämnesområdet. Vår operationella definition återfinns i bilaga 1.

3.6 Metod för datainsamling

För att genomföra studien har data samlats in. Datan är dels av empirisk karaktär och dels av teoretisk. Datan har samlats in enligt nedanstående insamlingsätt.

3.6.1 Datainsamling till referensram

Till vår teoretiska referensram har vi främst använt oss av sekundärdata från artiklar men även från böcker. Vid studiens uppstart erhöll vi fyra artiklar från vår handledare för att kunna sätta oss in i ämnet. Detta gav uppslag till vidare eftersökning av artiklar med fokus på följande sökord: intellectual capital, disclosure of intellectual capital, information asymmetry, reporting on intellectual capital, intangibles, definition of intellectual capital och intellectual capital statement. Detta ledde till ett flertal funna artiklar i tidskriften Journal of Intellectual Capital. Även litteratur på området har hittats genom sökning på ovanstående uppräknade sökord. Denna sökning har skett i katalogerna Gunda och Libris.

3.6.2. Datainsamling till empirisk analys

Den empiriska datan som ligger till grund för vår analys av företagets externa rapportering har vi erhållit via företagets svenska årsredovisningar för 2007 och företagets svenska hemsidor. Vi har valt dessa källor för information då de är aktuella och har varit lättillgängliga för oss. Vidare har vi betraktat koncernen som en helhet och förbiset information som är lika för koncernen och modern, ett exempel på sådan information är styrelsens sammansättning. Vi har vidare i vårt perspektiv valt att beakta de skillnader som Lagerqvist (1972) och Samuelsson (1974) menar finns mellan företagets intressentgrupper. Detta har lett fram till att vi i vår datainsamling endast valt att låta information om intressentgrupperna styrelse, VD, företagsledning och anställda ingå och således har vi bortsett från de aktieägare som inte är direkt deltagande i företagets styrning genom en närvaro i styrelsen. Detta urval stämmer även överens med vad Dessler (1992) menar ingår i den strategiska och de lägre nivåerna i organisationen.

Vår datainsamling har skett manuellt och vi har beaktat både frivilliga och obligatoriska uppgifter som rör hela det intellektuella kapitalet. I vår genomgång av årsredovisningar och hemsidor har vi letat efter tillfällen där händelser som rör det intellektuella kapitalets beskrivs och efter beskrivningar av kapitalets status och skick. Vi har således undviktt information som är uttryckt med orden *företaget bör* eller *önskar göra* och även sådant som uttrycks som *man*, *ibland* och *kanske*. Anledningen till detta är att vi inte tycker att det är en beskrivning av företagets intellektuella kapital utan snarare ett önsketänkande från företagets sida och tecken på osäkra ställningstaganden. Utöver detta har vi endast beaktat de meningar som är tydliga, exempelvis ”*Microsoft är Acandos samarbetspartner*” och inte tagit med sådana meningar där *Microsoft* nämns utan att det tydligt har sagts att det är en partner.

För att kunna sortera den insamlade datan från årsredovisningen och hemsidan har vi skapat ett schema i excel för de två företagens respektive forum. Inspiration till indelningen i schemat har vi fått från Beattie och Thomsons studie om innehållsanalys av intellektuellt kapital (2005) och Kaufmann med fleras (2004) artikel om olika forskares definitioner och kategoriseringar av det intellektuella kapitalet. Med utgångspunkt i deras olika uppdelningar har vi gjort vissa justeringar och översatt materialet till svenska. Vi valde först att arbeta fram en detaljerad lista av kapitalslagets beståndsdelar då detta skulle möjliggöra en avspeglning av en signifikant del av informationen samtidigt som listan skulle ge värdefulla insikter i

informationens speciella natur (Beattie *et al.*, 2004). Vi ville även på ett grundligt sätt skapa oss en helhetsbild av det intellektuella kapitalet och rapporteringen kring det, vilket förespråkas av Beattie och Thomson (2004). Med grundligt avser vi en djupgående beskrivande studie av informationen om hela det intellektuella kapitalet och därtill en frekvensanalys. Denna lista testades med varierat resultat vilket gjorde att vi kom fram till att en bredare och mindre omfattande indelning var att fördra för att få en indelning som kunde ge oss tillförlitliga resultat. Vi behöll således antalet kapitalslag men minskade kapitalslagens beståndsdelar.

Vår manuella genomgång av den externa informationen har gått till väga på så sätt att när vi funnit något som kan hänföras till det intellektuella kapitalet har vi markerat detta och fört över detta till vårt exceldokument. Där har informationen tillskrivits en beståndsdel, så som till exempel *Kompetens*. Vidare sortering har skett efter var på hemsidan och var i årsredovisningen vi har hittat informationen. Därefter har vi bedömt om informationen beskrivs i ord, det vill säga i komponentform, eller om företaget har framställt den i en mätbar form, det vill säga som en indikator. Till sist har vi räknat informationen till frekvensanalysen samt fört in meningen, alternativt del av mening, under meningskolumnen till den kvalitativa analysen. Detta indelningssätt har även underlättat en dubbelkollning av vår klassificering och bedömning vilken gjordes längre fram i arbetsprocessen. Om en tabell har förekommit har vi endast räknat informationen samt bedömt om informationen kan betraktas som en indikator eller endast en komponent samt fört in var vi hittat den. Varje rad i tabellerna har utgjort en frekvens. Slutligen avsattes två kolumner i schemat för att fånga de tillfällen där kapitalets interaktion och resultatpåverkan beskrevs.

3.7 Metod för empirisk analys

Efter det att datan sammanställdes enligt beskrivningen ovan tog analysen av det empiriska materialet över. Syftet med denna analys har varit att hitta likheter och skillnader i informationsgivningen som rör det intellektuella kapitalet på respektive företags hemsida och i årsredovisning. Därefter följde en analys av gemensamma mönster mellan de två företagens externa rapportering. Tillvägagångssättet för att uppnå detta började med en sammanställning av datamaterialet till en lättöverskådlig form. Sammanställningen bestod av en identifiering av de gemensamma kritiska punkterna för de olika forumen, vilka sedan har används i jämförelser. Ett exempel på detta är totalt antal uppkomna observationer i ett forum. Dessa har varierat mellan forumen och för att beskriva variationen mellan forumen har vi valt att gradera överensstämmelsen med orden; låg, måttlig och god. Detta utgjorde senare ett underlag för analys och diskussion. Sammanställningen av den empiriska datan och analysen återfinns i kapitel 4.

Metoden för analys av det empiriska materialet har sett ut så att vi först jämförde respektive företags årsredovisning med hemsida. Vi gjorde detta genom att jämföra antalet observationer och repetitioner samt se vilka kapitalslag som beskrivs mest frekvent i respektive forum. Anledningen till att vi räknade informationen var för att vi ville se hur många gånger det intellektuella kapitalet nämndes i respektive forum och för respektive kapitalslag. Detta har gjort att vi till exempel har kunnat dra slutsatser kring vilket forum som innehåller mest information och vilken del av det intellektuella kapitalet som har fått en framträdande roll i de respektive forumen. Därtill har vi uppmärksammat informationsgivningens koncentration i årsredovisningens respektive avsnitt och i framräknandet av denna har vi tagit hänsyn till den plats bilderna tar. Skillnader och likheter har sedan illustrerats i tabeller. Att använda tabeller har för oss varit ett sätt att tydligt redovisa vad vi jämför. I vår presentation av det empiriska

materialet har vi redovisat var vi i respektive forum har hittat mest information om respektive kapitalslag. Vi menar att det är intressant att se var informationen återfinns i forumen men en jämförelse på denna punkt blir svår då forumen är olika i sin uppbyggnad och rubriksättning samt har olika syften och styrs av olika reglering. Utöver detta har även hemsidans komplicerade uppbyggnad i Acando-fallet gjort det irrelevant att studera var informationen uppkommer i detta enskilda forum.

Vi förde in meningar i schemat för att vi ville se om resultatpåverkan och interaktion fanns beskriven. Detta var ett sätt för oss att fånga det beskrivande perspektivet i rapporteringen. En jämförelse mellan om företaget beskriver någon form av resultatpåverkan tillsammans med sitt intellektuella kapital och om företaget beskriver någon form av samverkan mellan de olika kapitalslagen har studerats. Analys på detta område har gjorts i relation till totalt antal observationer i respektive forum. Jämförelser har ställts mellan det enskilda företagens två forum. En likvärdig jämförelse har utförts när det gäller studerandet av hur företaget har presenterat informationen - om företaget lämnar informationen i en beskrivande textform eller i en mätbar form med hjälp av siffror - det vill säga; som en komponent eller indikator. Anledningen till att vi har registrerat den form som informationen har levererats i beror på att kapitalmarknaden har preferens för mätbar information.

Vi har även genomfört två mindre telefonintervjuer med representanter från Xano Industrier och Acando. Avsikten med dessa intervjuer var att få lite bakgrundsfakta inför våra analyser av deras hemsidor. Frågorna återfinns i bilaga 2 och svaren, vilka hittas i presentationerna av företagen, finns i kapitel 4.

3.8 Undersökningskvalitet

En studies validitet och reliabilitet är av essentiell betydelse för att studien skall uppnå god kvalitet och få forskarkaraktär. För att vår studie skulle få forskaranknytning har det varit viktigt att vårt tillvägagångssätt har väl genomtänkta avvägningar mellan de krav som bör uppfyllas. Dessa krav har bland annat varit att upprätthålla en god tillförlitlighet och validitet så att läsaren ska kunna lita på de resultat vi förmedlar. Det är dock svårt att tala om validitet och reliabilitet i studier om vi betraktar termerna i sin helhet. Vi har nedan valt att diskutera validitets- och reliabilitetsfrågor i relation till de instrument som vi har använt och i de moment som har utförts (Merriam, 1994).

3.8.1 Reliabilitet

Reliabilitet kan översättas till tillförlitlighet och frågar huruvida resultatet från studien blir den samma om den görs på nytt. För att uppnå god reliabilitet måste metoden som använts generera få slumpmässiga fel och i liten utsträckning påverkas av tillfälligheter. En god reliabilitet är en förutsättning för validitet (Lundahl, 1999).

Tillvägagångssättet i denna fallstudie har utvecklats efterhand vilket innebär att metoden inte har varit fastställd från början. Genom att vi har varit transparenta i vår definition, kategorisering samt tillvägagångssätt understöds en replikering. Om en utomstående person använder vår uppsats som en manual kan hon eller han upprepa studien och troligen få ett resultat likt vårt. Att halva delen av det observerade materialet består av årsredovisningar, vilka har en fast referenspunkt, gör att en utomstående person kan tillgå samma material som vi vilket förbättrar replikeringsmöjligheten. Detta är att jämföra med en intervju vilken aldrig kan ta en exakt upprepande struktur, form och informationsåtergivning (Merriam, 1994).

Gällande den andra halvan av materialet är hemsidorna föränderliga källor vilka inte kommer att återge exakt samma information vid ett annat tillfälle än för det då denna studie genomfördes. Genom att vi har sparat hemsidorna i form av utskrifter kan dock en utomstående person få tillgång till samma observationsmaterial. Avseende de två intervjuerna med representanter från företagen utgör dessa endast ett inslag i studien och ligger inte till grund för några av de resultat vi presenterar och påverkar därför inte heller replikeringsmöjligheten.

En annan reliabilitetsfråga som vi har fått ta ställning till är huruvida den mätning vi gjort av företagens intellektuella kapital har påverkats av oss som utförare eller av de omständigheter som har förelegat. Följande företeelser kan i vår mätning ha påverkats av oss som undersökare och därför försämrat reliabiliteten: information kan ha blivit förbisedd trots att den har berört det intellektuella kapitalet eller information kan ha medräknats trots att den inte tillhört det intellektuella kapitalet. Den senare risken har vi kunnat stävja genom att vi tillsammans har gått igenom den empiriska datan samt dubbelkollat att den information som har sorterats in i schemat verkligen avser det intellektuella kapitalet. Den första risken har vi inte kunnat hantera. Vi har även i vissa fall haft svårt att bedöma om meningar med orden ”kompetens”, ”erfarenhet” och ”kunskap” syftar till att beskriva medarbetarna eller organisationen, vilket har haft betydelse för om observationen har klassificerats under human- eller strukturkapitalet. Vi har hanterat detta genom att vi från fall till fall har bedömt meningarna utifrån den kontext de levereras i.

3.8.2 Validitet

Validitet kan definieras som att forskare i en undersökning faktiskt mäter det som de utger sig för att mäta (Esaiasson, 2007). Till skillnad från reliabiliteten så kräver god validitet en frånvaro av systematiska fel (Lundahl, 1999). En studies validitet bör främst beaktas i studier som helt eller delvis baseras på empiriska undersökningar (Esaiasson, 2007), vilket karakteriserar vårt tillvägagångssätt som bygger på empiriska observationer.

Validitet kan särskiljas i inre och yttre validitet. Inre uppstår när mätinstrumentet mäter vad det avser att mäta och då föreligger det för en god inre validitet en god överensstämmelse mellan den teoretiska och den operationella definitionen (Lundahl, 1999). Vi har försökt att uppnå detta genom att vi efter en omfattande genomläsning av teori kring definiering och kategorisering av det intellektuella kapitalet har definierat termen och sedan arbetat fram en operativt gångbar definition, i form av vår kategorisering, som passar denna studie. På så sätt har vi säkerställt att definitionen och kategoriseringen varken mäter för mycket eller för lite utan mäter det vi avser att mäta samt är härledd från den teoretiska referensramen. Vidare beskriver yttre validitet överensstämmelsen mellan de valda indikatorerna och den verklighet som råder (Lundahl, 1999). Vi har testat ett par olika kategoriseringar för att hitta den indelning som stämde överens med teori samt fångade verkligheten. Till sist valde vi en bred kategorisering för att nå denna verklighet samt goda yttre validitet. För att kunna dra generella slutsatser hade det för oss varit önskvärt att undersöka ett större antal fallföretag.

3.8.3 Subjektivitet

En analys av ett datamaterial som i vårt fall har byggts på våra bedömningar av vad som ingår i det intellektuella kapitalet kan vara fall för viss subjektivitet. Lundahl (1999) menar dock att fullständig objektivitet är omöjlig att uppnå men om man som undersökare strävar efter största möjliga saklighet och redovisar sina antaganden och perspektiv öppet så förbättras

möjligheterna till objektivitet. Således har vi hanterat vår subjektivitet genom att vi har visat och berättat om orsakerna till den genom att vara tydliga med våra utgångspunkter, antaganden, perspektiv och motiv. Ifrågasättande av objektivitet och risk för riktad information i årsredovisningarna och på hemsidorna kan vara ett problem. Detta har dock inte haft någon större betydelse för vår studie då vi inte har varit ute efter att bedöma informationen i dessa forum utan endast syftat mot att göra en jämförelse mellan forumen.

3.8.4 Källkritik

Informationssamhället ställer stora krav på källkritisk granskning (Esaiasson, 2007). Att granska källor innebär att hålla sig kritisk till information och göra bedömningar av en källas sanningshalt, korrekthet, relevans och tillförlitlighet (Lundahl *et al.*, 1999). Det har varit viktigt för oss att ha ett kritiskt förhållningssätt i vår inläsning av information till vår teoretiska referensram. För att undvika att reproducera felaktig eller subjektiv information och tvivelaktig teori har vi förvissat oss om att den information vi har använt kan återfinnas på mer än ett ställe. Utöver detta har vi till största del endast använt oss av litteratur och artiklar som är producerade av väl etablerade forskare. Genom att utgå från vetenskaplig litteratur och artiklar har vi minskat risken för att vår information är vinklad och subjektivt styrd av uppdragsgivare. Teoribildningen kring intellektuellt kapital är tämligen ung (Van der Meer-Kooistra *et al.*, 2001) vilket gör att en del konflikter som finns i litteraturen måste beaktas så att det inte påverkar informations tillförlitlighet negativt. Vi har hanterat detta genom att vi har framfört olika forskares synsätt på ett diskuterande sätt i vår teoretiska referensram.

4. Undersökningens resultat med analys

Detta kapitel är avsatt för att presentera en sammanställning av den datainsamling som är hänförlig till empirin. Kapitlet bjuder även på en analys av det insamlade materialet. Syftet med analysdelarna är att knyta samman vår empiri med vår teoretiska referensram. Kapitlet inleds med en företagspresentation av Xano Industrier och Acando.

4.1 Företagspresentation Xano Industrier

Xano Industrier är en verkstads- och industrikoncern med närmare tjugo bolag i Norden, Baltikum och Kina. Bolaget är noterat på Nordiska Börsen i Stockholm och faller inom Small Caps. Koncernen har 950 medarbetare och omsätter 1,3 miljarder kronor på sin försäljning till andra företag. Under året har företaget gjort tre förvärv, vilket bland annat har medfört att omsättningen har ökat med 56 procent från föregående år. Företaget hade per den 27 maj 2008 ett marknadsvärde på aktierna som i relation till det bokförda egna kapitalet (P/B-tal) uppgick till 1.6, vilket är påverkat av företagets expansion genom uppköp.

Årsredovisningen är ca. 60 sidor och har ett tämligen vanligt upplägg. Den information som lämnas i avsnitt om dotterbolagen överensstämmer till stora delar med den information som återges om dotterbolagen på företagets hemsida. Vidare, utan att ha fört någon form av statistik under arbetets gång har vi observerat att informationsgivningen om det intellektuella kapitalet nästan helt uteslutande beskrivs på ett fördelaktigt sätt för företaget. Få gånger har företaget beskrivit kapitalet som att de skulle ha haft några problem eller utmaningar gällande detta. Detta gäller både för årsredovisningen och för hemsidan. Xano Industriers hemsida, som återfinns på adressen xano.se är tämligen liten i sin omfattning, lätt att överblicka och enkel att navigera sig runt på..

Xano Industriers kommentarer om hemsidan

Elisabeth Taylor, ansvarig för investor relations på Xano Industrier, uppger att det primära syftet med hemsidan är att återge den förpliktigande informationen. Detta avser den finansiella informationen och information om styrelsen. Vidare uppger Taylor att det sekundära syftet är att ge information om dotterbolagens verksamhet. Taylor säger bland annat att *”Xano vill annonsera koncernen och visa vad som finns under paraplyet”*. Därefter framför hon att hemsidan främst riktar sig till aktieägarna och de som handlar med aktien samt att hemsidan är ett effektivt kommunikationsmedel för detta syfte.

4.2 Företagspresentation Acando

Acando är ett konsultbolag inom IT och management som omsätter ca 1,3 miljarder sek och återfinns på Nordiska Börsen i Stockholm under Small Caps. Företaget är i en tillväxtfas och har för närvarande 1 100 anställda i sex länder i norra Europa. Acando erbjuder sina tjänster till företag och samarbetar med bland annat Microsoft och SAP. Under året har företaget gjort tre förvärv samt etablerat sig i Danmark. Acando hade per den 27 maj 2008 ett P/B-tal på 1.7, vilket är påverkat av att företaget ej växt organiskt.

Acandos årsredovisning är ca 100 sidor lång och innehåller många bilder och illustrationer. Företagets hemsida är betydligt mer omfattande än Xano Industrierts, med fler rubriker och underrubriker. Webbsidan är svårnavigerad eftersom samma innehåll dyker upp under fler än en rubrik. Vidare hänvisas hemsideanvändaren hela tiden vidare mot ny information på andra ställen vilket gör att det är svårt att lista ut hemsidans uppbyggnad och logik. Hemsidan acando.se byter på ett ställe adress till acando.com och då byts även texten från svensk till engelsk. Likt fallet med Xano Industriert beskriver Acando i årsredovisningen och på hemsidan nästan uteslutande det intellektuella kapitalet med en positiv ton. Detta skulle kunna förklaras, i både Xano Industrierts och Acandos fall, av Mouritsen (2003) som menar att rapporteringen av det intellektuella kapitalet är påverkad av avsaknaden av institutionell och lagstiftande uppbackning vilket gör den frivillig och påverkad av möjligheten till manipulation.

Acandos kommentarer om hemsidan

I ett samtal med Eva Haaker, marknadsansvarig på Acando, framgick det att hemsidan är en plats för profilering och generell information om företaget, så som information om deras kultur, värderingar, tjänster och erbjudanden m.m.. Företagets svenska hemsida acando.se vänder sig främst mot befintliga och potentiella kunder och medarbetare samt investerare. De vill även nå press, analytiker och partners. Haaker menar att hemsidan är en effektiv kommunikationskanal men att den måste kompletteras. Hon avslutar med att säga att det enskilda mötet är den viktigaste kanalen för att nå investerare.

4.3 Inledande empiri

I vår genomgång av Xano Industrierts årsredovisning har vi funnit att det intellektuella kapitalet nämns 353 gånger varav 8 procent av dessa är repetitioner av information som har återgivits av företaget flera gånger. I vår behandling av företagets hemsida har vi totalt funnit att kapitalet nämns 152 gånger och av dessa är 3 procent repetitioner. Det skiljer således över 200 observationer mellan årsredovisningen och hemsidan, vilket gör att överensstämmelsen över hur mycket information som lämnas i respektive forum är låg. Vidare är överensstämmelsen mellan den procentuella andelen repetitioner också låg. Det må dock vara logiskt att en större mängd information innehåller en högre andel repetitioner, vilket gäller i detta fall. I Acandos årsredovisning har vi hittat 324 observationer där det intellektuella kapitalet beskrivs och av dessa var 19 procent upprepningar. I genomläsningen av Acandos hemsida har vi observerat att kapitalet beskrivs 321 gånger, varav 21 procent av dessa är repetitioner. För Acando är överensstämmelsen mellan antal observationer i de båda forumen således god. Vi kan i detta avsnitt se att antalet observationer verkar avspegla sig på andelen repetitioner.

4.4 Observationer per kapitalslag

Efter att ha undersökt rapporteringen kring det intellektuella kapitalet i Xano Industrierts och Acandos årsredovisningar och på deras hemsidor har observationer per kapitalslag gjorts vilka har sorterats i tabeller nedan. Det som företaget har fokuserat på i sin återgivning har därefter analyserats.

4.4.1 Xano Industrier

De kapitalslag som benämns oftast både på företagets hemsida och i deras årsredovisning är human-, kund- och strukturkapital, vilket åskådliggörs i tabell 4.1 nedan. Tabellen visar även att kundkapitalet är det kapital som benämns mest frekvent i båda forumen. Som tabellen visar är överensstämmelsen måttlig om kundkapitalets procentuella andel i de båda forumen avses. Vidare är det en låg överensstämmelse mellan antalet observationer (frekvens) för detta kapital i de båda forumen eftersom årsredovisningen tilldrar sig närmare dubbelt så många observationer. Många forskare kategoriserar ofta kundkapitalet tillsammans med leverantörskapitalet och benämner detta som relationskapital. Om vi lägger samman uppkommen information hänförlig till kund- och leverantörskapitalet utgör den tillsammans utan tvekan det kapital som nämns flest gånger, både i årsredovisningen och på hemsidan. Information om strukturkapitalet visar sig återkomma i större utsträckning i årsredovisningen även om det finns en måttlig överensstämmelse mellan forumen procentuellt.

Att antalet observationer var fler i Xano Industriers årsredovisning än på deras hemsida menar vi delvis kan bero på att en viss del av informationsgivningen kring det intellektuella kapitalet i årsredovisningen är lagstadgad, så som till exempel information om företagets styrelse och ägarförhållanden i dotterbolagen. Denna information återfanns bland annat i årsredovisningens förvaltningsberättelse och noter vilka är obligatoriska avsnitt (Jönsson-Lundmark, 1987). Vidare återkom viktiga händelser i flera olika avsnitt i årsredovisningen, exempelvis i "året i korthet", "VD ord" och "förvaltningsberättelse" vilket avspeglade sig både på antalet observationer och antalet repetitioner. Att de tre största kapitalslagen överensstämde mellan forumen skulle kunna förklaras av Xiao (2004) som menar att informationen på hemsidorna till stor del är den samma som den som finns i årsredovisningarna. Att kundkapitalet var det mest omnämnda i de båda forumen överensstämmer med vad Hansson (1999) säger om att kundkapitalet utgör det mest betydelsefulla kapitalet för de flesta företag. Vårt resultat tyder då på att företaget är angeläget om att återge information om kundkapitalet samt att de har kännedom om det. De kapitalslag som procentuellt beskrevs mer på hemsidan än i årsredovisningen var; innovations-, kund- och processkapital, vilket kan tyda på att företag generellt vill rikta den informationen till en bredare grupp av intressenter.

	Xano Industrier					
	Årsredovisning			Hemsida		
	Frekvens	%	Antal repetitioner	Frekvens	%	Antal repetitioner
Innovation	12	3%	1	14	9%	0
Human	101	29%	4	40	26%	0
Kund	111	31%	7	57	37,5%	4
Leverantör	17	5%	4	4	2,5%	0
Struktur	92	26%	11	27	18%	1
Process	14	4%	0	7	5%	0
Lokalisering	6	2%	0	3	2%	0
SUMMA:	353	100%	27	152	100%	5

Tabell 4.1

4.4.2 Acando

Ungefär lika många observationer har hittats i Acandos årsredovisning som på deras hemsida. Det som skiljer sig är vad företaget väljer att informera om i forumen. De kapitalslag som med god marginal beskrivs flest antal gånger i årsredovisningen är human-, kund- och strukturkapitalet (se tabell 4.2). Även på hemsidan är human-, kund- och strukturkapitalet de mest omnämnda men här har human- och kundkapitalet en mer framträdande roll vilket även det kan ses i tabell 4.2. Det finns en signifikant skillnad mellan hur många observationer strukturkapitalet tilldrar sig i de båda forumen. Observationer hänförliga till strukturkapitalet utgör endast 10 procent på hemsidan mot 25 procent i årsredovisningen, vilket gör att överensstämmelsen för detta kapital är låg på denna punkt. För humankapitalet som är det mest omnämnda kapitalet i de båda forumen är överensstämmelsen god avseende frekvens och procentuell andel mellan forumen. För kundkapitalet, vilket är det näst mest omnämnda kapitalet, är överensstämmelsen måttlig avseende frekvens och procentuell andel.

Att strukturkapitalet upptog fler observationer i årsredovisningen beror på att företags förvärv samt ägande av dotterbolag redovisas här och väger tungt i antal. Likt för Xano Industrier fallet återfanns denna information främst i de obligatoriska avsnitten. Vidare var strukturkapitalet det kapital som tilldrog sig flest repetitioner i årsredovisningen. Detta kan förklaras av att förvärv som tillhör strukturkapitalet är viktiga händelser för Acando som befinner sig i en tillväxtfas. Information om förvärven fanns därför, utöver i noterna och förvaltningsberättelsen, även i avsnitten ”VD har ordet” och ”Året i korthet”. Humankapitalet var vidare det kapital som företaget fokuserar på i sin rapportering både på hemsidan och i årsredovisningen. Författarna till artikeln Reporting on Intellectual Capital menar att det är företags karaktär som ska avgöra vilken information företaget bör rapportera om. Detta skulle kunna förklara att Acando främst fokuserade på humankapitalet i sin rapportering eftersom det är ett konsultföretag som karaktäriseras av sina medarbetare, det vill säga humankapitalet. Att företaget fokuserade på humankapitalet på hemsidan bör även bero på att hemsidan främst riktar sig till befintliga och potentiella kunder och medarbetare vilket gör att företaget för kunderna vill beskriva sin konkurrensfördel, som för ett konsultföretag oftast är medarbetarna, samt för medarbetarna vill beskriva sin syn på och aktiviteter för personalen. Eftersom hemsidan vänder sig till kunder fungerar den som ett marknadsföringsverktyg, vilket bör ha påverkat företags rapportering av sitt intellektuella kapital därefter.

	Acando					
	Årsredovisning			Hemsida		
	Frekvens	%	Antal repetitioner	Frekvens	%	Antal repetitioner
Innovation	7	2%	2	9	3%	1
Human	120	37%	13	130	40,5%	39
Kund	81	25%	11	101	31,5%	2
Leverantör	19	6%	7	29	9%	9
Struktur	74	23%	21	31	10%	6
Process	10	3%	0	8	2%	3
Lokalisering	14	4%	7	13	4%	7
SUMMA:	325	100%	61	321	100%	67

Tabell 4.2

4.5 Var informationen återfinns

Vi har undersökt på vilka ställen i årsredovisningarna som information om det intellektuella kapitalet återfinns. Detta menar vi är intressant då vi kan se om Xano Industrier och Acando väljer att beskriva sina intellektuella kapital i vissa avsnitt framför andra. Därefter har vi analyserat kring företagens val av plats för informationen.

4.5.1 Xano Industrier

Det intellektuella kapitalet återgivs genomgående i alla årsredovisningens avsnitt, från VD ord till Noterna. I tabell 4.3 går att se att information om kapitalet främst återfinns i företagets presentation av sina dotterbolag, noterna och förvaltningsberättelsen. Det går i tabellen även att se att koncentrationen av informationen varierar, med det menar vi antalet observationer i avsnittet dividerat med antalet sidor som avsnittet sträcker sig över. Ett exempel är att avsnittet om personal bidrar med 7 procent av den totala återgivelsen, men i relation till hur många gånger det intellektuella kapitalet benämns per sida så är frekvensen av uppkommen information hög då vi på avsnittets halvsida återfinns så mycket som 23 observationer. Detta är att jämföra med noterna som endast har en frekvens på 11 observationer per sida men som står för 27 procent av rapporteringen.

I tabell 4.4 redovisas för var på hemsidan information om det intellektuella kapitalet återfinns. Antal rubriker på hemsidan inunder vilka vi fann information om det intellektuella kapitalet är tre, det vill säga betydligt färre än de femton rubriker som vi fann i årsredovisningen. Det är problematiskt att jämföra var information i årsredovisningen återfinns med var informationen återfinns på hemsidan. Anledningen är att forumen har olika uppbyggnad med olika rubriker och avsnitt. Vi har dock tillåtit oss att göra en jämförelse eftersom en rubrik i årsredovisningen helt överensstämmer med en rubrik på hemsidan. Den rubrik som finns i båda forumen är ”presentation av dotterbolag” och det är den rubrik som i båda forumen tilldrar sig mest information om det intellektuella kapitalet. I årsredovisningen återfinns 32 procent av informationen i företagets presentation av sina dotterbolag. Detta är att jämföra med hemsidan där 55 procent av informationen lämnas under rubriken ”Presentation av dotterbolag”. Att presentationen av dotterbolagen upptar mycket av informationen på hemsidan bör hänga samman med det som Taylor säger om att hemsidan är ett ställe för Xano Industrier att visa vilka bolag som ingår i koncernen. Vi har vidare noterat att under rubriken ”Finansiell information” på hemsidan återfinns ingen information hänförligt till det intellektuella kapitalet, vilket kan vara ett tecken på att företaget inte betraktar information om det intellektuella kapitalet som finansiell information.

För årsredovisningen kom avsnitten noter och förvaltningsberättelse på andra och tredje plats med 27 respektive 12 procent av observationerna. Tillsammans utgjorde informationen i noter och förvaltningsberättelse ca 40 procent av återgivelsen. Dock var koncentrationen av information under medel i dessa avsnitt. Den definitivt största koncentrationen av information hittade vi i avsnittet om personalen. Detta är inte särskilt sensationellt då personalavsnittet uteslutande handlar om humankapitalet medan noterna har ett bredare omfång.

Xano Industrier, årsredovisning			
	Frekvens	%	Koncentration per sida
Presentation av dotterbolag	113	32%	19
Noter	95	27%	11
Förvaltningsberättelse	43	12%	14
Personal	23	6,5%	46
Affärskoncept	18	5%	18
VD ord	16	4,5%	8
Övriga	45	13%	
SUMMA:	353	100%	

Tabell 4.3

Xano Industrier, hemsida		
	Frekvens	%
Presentation av dotterbolag	84	55%
Om Xano	38	25%
Bolagsstyrning	30	20%
SUMMA:	152	100%

Tabell 4.4

Vi har tidigare redovisat att de tre mest återgivna kapitalen är human-, kund- och strukturkapitalet. Dessa kapital nämns fler gånger i vissa av årsredovisningens avsnitt framför andra. Information om strukturkapitalet återfinns främst i noterna vilket visas i tabell 4.5. Att noterna väger tungt för strukturkapitalet beror på att moderns och döttrarnas innehav redovisas här och upptar hela 41 observationer av de totalt 54 vi fann i noterna om strukturkapitalet. Någon motsvarighet för den regelmässiga information som återges i noterna finns inte på hemsidan. I tabell 4.5 nedan syns tydligt att information om kundkapitalet främst finns att hitta i presentationen av dotterbolagen i årsredovisningen, nämligen till 63 procent. Detta överensstämmer måttligt med var informationen om kundkapitalet återfinns på hemsidan då 79 procent av informationen om detta kapital beskrivs i presentationen av dotterbolagen (se tabell 4.6). Det finns mer information om humankapitalet i noterna än i personalavsnittet, vilket främst beror på att noterna upptar en stor del av informationen om ersättningar till personal och information om antalet anställda samt antalet anställda per kön.

Xano Industrier, årsredovisning		
	Frekvens	%
HUMAN		
Noter	31	31%
Personal	18	18%
Dotterbolag	14	14%
KUND		
Dotterbolag	70	63%
Förvaltningsb.	12	11%
VD ord	9	8%
STRUKTUR		
Noter	54	67%
Förvaltningsb.	14	17%
Dotterbolagen	9	11%

Tabell 4.5

Xano Industrier, hemsida		
	Frekvens	%
HUMAN		
Pres. av dotterbolag	12	30%
Om Xano	9	22,5%
Bolagsstyrning	19	47,5%
KUND		
Pres. av dotterbolag	45	79%
Om Xano	12	21%
STRUKTUR		
Pres. av dotterbolag	11	41%
Om Xano	10	37%
Bolagsstyrning	6	22%

Tabell 4.6

4.5.2 Acando

Det intellektuella kapitalet återgivs genomgående i alla avsnitt av årsredovisningen men det finns vissa ställen i Acandos årsredovisning där mer information om kapitalet finns att hämta

framför andra (se tabell 4.7). I tabellen nedan visas även att koncentrationen av information skiljer sig åt, ett exempel på detta är att avsnittet om medarbetarna bidrar med endast 11 procent av den totala återgivelsen men dock är avsnittets koncentration hög. Vidare är inte informationen så koncentrerad i noterna men där finner vi stora delar av återgivelsen. Även avsnitten ”Detta är Acando”, ”Strategi” och ”VD har ordet” har en hög koncentration av information avseende det intellektuella kapitalet.

Då flest observationer i årsredovisningen återfanns i noterna är dessa en central plats för den som söker information om det intellektuella kapitalet. Dock är inte informationen i noterna beskrivande utan mer i upplysningsform, exempelvis upplysningar om andel ägande i dotterbolag. Avsnittet om medarbetare och förvaltningsberättelsen var andra ställen där information om det intellektuella kapitalet fanns och där är informationsgivelsen i en mer beskrivande form. Att noterna är mer korthuggna i sin återgivning och att förvaltningsberättelsen samt avsnittet om medarbetarna är mer utsvävande beror på de olika syften dessa avsnitt har. Att koncentrationen var hög i avsnittet om medarbetarna förklaras även här av att det helt uteslutande handlar om humankapitalet medan noterna innehåller mycket information som inte är hänförligt till det intellektuella kapitalet.

Det är inte i detta fall möjligt att redovisa var på hemsidan information om det intellektuella kapitalet har återfunnits eftersom det på Acandos hemsida i flera fall dyker upp samma informationsavsnitt under olika rubriker, vilket omöjliggör en särskiljning.

	Acando, årsredovisning		
	Frekvens	%	Koncentration per sida
Noter	54	17%	4
Medarbetare	36	11%	12
Förvaltningsb.	35	10%	7
Detta är Acando	25	8%	10
Övrigt	175	54%	
SUMMA:	325	100%	

Tabell 4.7

De tre kapitalslag som tilldrar sig flest observationer i Acandos årsredovisning är human-, kund- och strukturkapitalet. Majoriteten av informationen om dessa kapitalslag återfinns främst i de avsnitt som åskådliggörs i tabell 4.8. I tabellen nedan kan vi se att noterna väger tungt för strukturkapitalets återgivning och att information om humankapitalet främst återfinns i avsnittet om medarbetarna. Det är vidare avsnittet ”marknad” som sticker ut när det gäller antalet observationer om kundkapitalet. Dock uppkommer information om kundkapitalet i de flesta avsnitten vilket beror på att Acando har valt berätta om sina kunder i flera olika avseenden.

Att stor del av informationen om strukturkapitalet återfanns i noterna förklaras av att ägandet i dotterbolagen, vilket beskriver organisationens struktur, och information om ersättningar till ledande befattningar, vilket beskriver organisationens styrfilosofi, beskrevs här. I avsnittet om marknad återfanns de flesta observationerna hänförligt till kundkapitalet, vilket är logiskt med tanke på avsnittets rubrik. Den som letar information om det intellektuella kapitalet kan således, för att hitta information om ett specifikt kapitalslag, börja med att leta under rubriker i årsredovisningen som innehåller ord som är hänförliga till kapitalslaget. Vi har till exempel

hittat att mycket information om humankapitalet har funnits under rubriken ”Medarbetare” och att information om kundkapitalet har hittats under rubriken ”Marknad”.

Acando, årsredovisning		
	Frekvens	%
HUMAN		
Medarbetare	30	25%
Noter	18	15%
Detta är Acando	12	10%
KUND		
Marknad	15	19%
Kunduppdrag	9	11%
Risker och möjligheter	7	9%
STRUKTUR		
Noter	31	42%
Förvaltningsberättelse	12	16%
VD har ordet	6	8%

Tabell 4.7

4.7 Beskriven resultatpåverkan och interaktion

I detta avsnitt kommer vi att redogöra för hur många gånger respektive företag har beskrivit det intellektuella kapitalets resultatpåverkan och interaktion. Vi har valt att undersöka och analysera detta för att se om företagen tar fasta på det beskrivande perspektivet i sin rapportering av det intellektuella kapitalet.

4.7.1 Xano Industrier

I materialet har vi funnit att det intellektuella kapitalets resultatpåverkan beskrivs i 18 fall av de totalt 353 observationerna som gjorts i årsredovisningen, det vill säga i 5 procent av fallen (se tabell 4.9). Med detta menar vi att kapitalets påverkan på resultatet har redovisats, till exempel på följande sätt ”*Under året har betydande resurser för produktutveckling avsatts vilket har påverkat resultatet negativt*”. Denna mening beskriver att företaget har satsat resurser på innovation som har påverkat resultatet. Vi har inte funnit att det intellektuella kapitalets resultatpåverkan beskrivs på hemsidan, vilket gör att överensstämmelsen mellan forumen är låg på denna punkt.

Kapitalslagens interaktion med varandra beskrivs 34 gånger av årsredovisningens 353 observationer (se tabell 4.9). Med detta menar vi att kapitalslagens samverkan presenteras i text av företaget, som till exempel med meningen ”*Cipax har en stor konkurrensfördel genom en hög teknisk kompetens hos medarbetarna*”. Meningen visar att dotterbolaget Cipax har en stor konkurrensfördel vilket gör att den återfinns under kategorin ”konkurrensfördelar/kommersiell styrka” under kundkapitalet och att detta beror på en hög teknisk kompetens, vilket är en beskrivning av humankapitalet. Interaktion mellan de olika kapitalslagen beskrivs på hemsidan 12 av 152 gånger. Procentuellt är således överensstämmelsen god mellan forumen på denna punkt.

Av alla observationer är 42 procent beskrivna som indikatorer (se tabell 4.9), det vill säga att företaget har redovisat informationen i en mätbar form eller i en form som indikerar att de kan mäta informationen. Ett exempel på detta är när företaget redovisar att *”Andel män i ledande befattningar är 100 %”*. Denna återgivningsform används främst i samband med beskrivningar av human- och kundkapitalet. Resterande delen av observationerna, det vill säga 58 procent, benämner vi som komponenter då denna information är redovisad på ett beskrivande sätt, ett exempel på detta är när företaget beskriver att *”Ledarskapet är jordnära och närvarande med tydliga krav på medarbetarnas delaktighet”*. På hemsidan återges informationen i mätbar form i 19 procent av fallen och även där har denna återgivelseform använts främst i samband med beskrivningar av human- och kundkapitalet.

Att vi i årsredovisningen har hittat att resultatpåverkan beskrevs förklaras av att informationen i detta forum till viss del består av förklaringar av balans- och resultaträkningarna och kan vidare även förklaras av att detta forum främst vänder sig till aktieägarna, vilka vill ha information som beskriver hur förändringar i kapitalet påverkar resultatet (Marr *et al.*, 2005). Således är det på ett sätt logiskt att vi inte hittade någon resultatpåverkan på hemsidan då det inte finns några balans- och resultaträkningar att förklara där. Marr med flera (2005) menar att det är svårt att beskriva kapitalet i finansiella termer, dock har kapitalet en påverkan på resultatet som är intressant för aktieägare. Utifrån den synvinkeln är det inte logiskt att hemsidan saknar beskrivningar över kapitalets resultatpåverkan då den enligt Taylor främst vänder sig till aktieägarna. Då företaget beskrev det intellektuella kapitalets resultatpåverkan skedde detta främst i samband med beskrivningar av kundkapitalet. Att kundkapitalet tilldrog sig flest observationer av detta slag bör ha att göra med att det är kunderna som står för intäkterna. Kundkapitalet stod vidare för den högsta frekvensen av observationer samt för flest beskrivningar av interaktion och resultatpåverkan, vilket vi menar är ett tecken på att kundkapitalet är viktigt för Xano Industrier.

Vi har i Xano Industriers rapportering hittat att det finns ett framkomligt sätt att beskriva det intellektuella kapitalet i indikatorform vilket är viktigt eftersom kapitalmarknaden har en preferens för kvantitativ information framför den beskrivande (Guimón, 2005). Detta behöver dock inte betyda att investerare kan använda sig av denna kvantifierade informationen i benchmark-syften då den inte är standardiserad och vad företagen informerar om i mätbar form kan skilja sig åt. I de fall informationen var standardiserad återfanns den i de reglerade delarna av årsredovisningen och främst i noterna, exempelvis som information om sjukfrånvaro.

Interaktionen mellan de olika kapitalslagen beskrevs i Xano Industriers fall så när på lika mycket i de båda forumen procentuellt sett, vilket gör att överensstämmelsen är måttlig alternativt god på denna punkt. Kundkapitalet var i båda forumen det kapital som beskrevs flest gånger tillsammans med interaktion. Mouritsen (2003) menar att interaktionen är ett mycket viktigt inslag i det intellektuella kapitalets värde drivande förmåga. I de fall Xano Industrier beskrev det intellektuella kapitalet på detta sätt visade företaget på en förståelse för interaktionen och på en förmåga att återge den. Förståelsen för kapitalslagets interaktion med varandra är troligtvis större inom företaget men återges då inte på grund av en omedvetenhet om att just denna kan öka läsarens förståelse alternativt på grund av val som företaget gjort kring rapporteringen. Ett sådant val kan vara att de inte vill avslöja företagskänslig information.

	Xano Industrier							
	Resultatpåverkan		Interaktion		Indikatorform		Komponentform	
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%
Årsredovisning	18	5%	34	10%	148	42%	237	58%
Hemsida	0	0	12	8%	29	19%	123	81%

Tabell 4.9

4.7.2 Acando

I tabell 4.10 nedan har vi redovisat att vi inte har funnit att det intellektuella kapitalet på något ställe i årsredovisningen eller hemsidan beskrivs utifrån dess resultatpåverkan vilket gör att överensstämmelsen mellan forumen är god. Samverkan mellan de olika kapitalslagen beskrivs i 7 procent av fallen i årsredovisningen och i 3 procent av fallen på hemsidan. I årsredovisningen framförs kapitalet i 22 procent av fallen i indikatorform och denna återgivelseform används främst för beskrivningar av humankapitalet och främst i avsnitten "Medarbetare" och "Noter". Slutligen lämnas information i indikatorform i 6 procent av fallen på hemsidan och detta sker främst i beskrivningar av human- och lokaliseringsskapitalen.

Att inte resultatpåverkan återfanns på hemsidan är inte särskilt förvånande då texten där, likt fallet med Xano Industrier, inte relaterar till någon balans- eller resultaträkning. För årsredovisningen torde det dock vara lite förvånande då Guimon (2005) menar att aktieägarna vill ha information med resultatkoppling. Att resultatpåverkan inte beskrivs kan förklaras av att Van der Meer-Kooistra med flera (2001) menar att det är svårt att härleda ett specifikt framtida finansiellt värde till enskilda intellektuella resurser. Det kan således vara troligt att Acandos informationsgivning är påverkad av svårigheten att visa på den finansiella kopplingen. Den kan även ha påverkats av företagets rädsla för att avslöja företagskänslig information.

Interaktionsbeskrivningar gjordes få gånger av Acando i de två forumen och kapitalslagen innovations-, process- och lokaliseringsskapitalet beskrevs aldrig på detta sätt. Detta gör att Acando går miste om ett sätt att öka läsarens förståelse för deras intellektuella kapital eftersom Mouritsen menar att insikt om interaktionen mellan kapitalslagen hjälper till att beskriva dess värdedrivande förmåga. Även om interaktionen sällan beskrivs så finns det en naturlig samverkan mellan kapitalslagen.

Det intellektuella kapitalet beskrevs i mätbar form i fyra gånger så många gånger i årsredovisningen som på hemsidan, vilket gör att överensstämmelsen är låg på denna punkt. Att återgivelsen i indikatorform sker främst för humankapitalet i årsredovisningen beror på att företag ofta beskriver sitt humankapital utifrån antal anställda, medelantal anställningsår samt fördelning mellan könen. Det finns ett logiskt samband mellan att kapitalslaget humankapital drar till sig flest indikatorbeskrivningar i årsredovisningen och att avsnitten "Medarbetare" och "Noter" drar till sig flest indikatorbeskrivningar eftersom humankapitalet främst beskrevs i dessa avsnitt. På hemsidan var det human- och lokaliseringsskapitalet som beskrevs flest gånger i indikatorform. Att det senare kapitalet drar till sig många mätbara beskrivningar beror på att Acando har valt att beskriva hur många länder de är verksamma i medan att tidigare kapitalet uppbär många indikatorbeskrivningar beror på samma sak som för årsredovisningen, nämligen att antalet anställda etc. beskrivs i mätbar form.

	Acando							
	Resultatpåverkan		Interaktion		Indikatorform		Komponentform	
	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%	Frekvens	%
Årsredovisning	0	0	22	7%	73	22%	252	78%
Hemsida	0	0	10	3%	19	6%	302	94%

Tabell 4.10

5. Avslutning

I detta kapitel presenteras inledningsvis våra slutsatser samt de likheter och skillnader vi har hittat mellan de olika forumen. Därefter följer en sammanfattning av iakttagelser från denna studie som kan användas i vidare forskning.

5.1. Slutsatser

I kapitel ett återgav vi det syfte som har legat till grund för denna studie. För att lättare kunna följa återkopplingen av vår slutsats till syftet så kommer här en upprepning:

”Avsikten med denna studie är att via årsredovisningar och hemsidor undersöka företags externa informationsgivning av sina intellektuella kapital. Syftet är att fånga likheter och skillnader mellan företagens rapportering i årsredovisningarna och på hemsidorna.”

För den som söker information om det intellektuella kapitalet är företagens årsredovisningar att föredra - båda företagen beskriver det intellektuella kapitalet genomgående i alla avsnitt i detta forum. I Xano Industriers fall är årsredovisningen med god marginal det forum som innehåller mest information. För Acandos del är det mycket som överensstämmer i rapporteringen mellan de båda forumen. Hemsidan har dock en svår disposition och är svår att använda i detta syfte varpå årsredovisningen är att föredra mot bakgrund av den traditionella strukturen. Enligt vår studie är således årsredovisningar det forum varvid information om det intellektuella kapitalet främst finns att hämta.

De tre mest omnämnda kapitalen är human-, kund- och strukturkapitalet, detta gäller för båda företagen och samtliga forum som vi har studerat. Det mest omnämnda kapitalet skiljer sig dock åt mellan företagen. I Xano Industriers fall är kundkapitalet det som företaget främst har valt att fokusera på. Denna information återfinns till största del i företagets presentation av sina dotterbolag vilket även är det avsnitt som återger mest information om hela det intellektuella kapitalet. Det mest genomträngande kapitalslaget i Acandos rapportering är humankapitalet och för båda företagen är avsnittet om medarbetarna i respektive årsredovisning primärt för återgivelsen av detta kapital. Vi har funnit att det kapitalslag som karakteriserar respektive företag är även det som primärt lyfts fram i företags rapportering.

Vidare, för den som söker information om strukturkapitalet är årsredovisningen att föredra då denna information, i båda fallen, till största del beskrivs i noterna. På det stora hela utgör noterna tillsammans med förvaltningsberättelsen en viktig källa för den totala återgivelsen av information för båda företagen. Om denna iakttagelse är generell för företag så menar vi att dessa avsnitt är av väsentlig betydelse för den som söker information hänförlig till det intellektuella kapitalet. Dessa avsnitt återfinns i alla årsredovisningar, är obligatoriska delar i årsredovisningar som är granskade av oberoende part samt innehåller hög andel kvantifierad information.

Det har visat sig att företagen, både i årsredovisningen och på hemsidan, främst kommunicerar om sitt intellektuella kapital på ett beskrivande sätt. Vad man ytterligare kan

urskilja är att indikatorformen används mer i årsredovisningen än på hemsidan. Detta gäller även för beskriven interaktion. Således har vi kunnat se att företag föredrar ett beskrivande sätt samt att årsredovisningar innehåller fler beskrivningar med indikatorform och interaktion. Den beskrivna resultatpåverkan skiljer sig vidare tydligt mellan företagens totala rapportering då den är obefintlig i Acandos båda forum men det som sammanfaller är att ingen resultatpåverkan finns beskriven på någon av företagens hemsida.

I Xano Industriets fall är årsredovisningen det forum som bäst tar fasta på kapitalmarknadens önskan om hur rapporteringen av det intellektuella kapitalet ska vara utformad. Varken i Acandos årsredovisning eller på deras hemsida möter företaget den utformning av rapporteringen som investerarna önskar, dock fokuserar företaget tydligt sin rapportering på det kapital som karaktäriserar dem. Utav detta kan vi säga att hemsidors utformning är anpassade till en större grupp intressenter med andra intressen än investerarnas varvid innehållet blir därefter.

5.2 Vidare forskning

Utifrån de mönster som vi har presenterat i avsnittet ovan kommer vi här att föreslå vidare forskning som kan bidra till att förstärka dessa samt skapa mer kunskap om företags rapportering kring detta kapital. För att åstadkomma detta föreslår vi att man undersöker fler företags externa rapportering. Detta skulle kunna bidra till att förstärka generella slutsatser inom ämnesområdet. Vår studie skulle även kompletteras väl av en studie kring våra fallföretags interna informationssprung, med avseende på samma kapital. En sådan studie skulle kunna utreda om företagen har utmärkande motiv och tankar bakom sin rapportering. Ett alternativ till detta skulle vara att titta på en utvald del av det intellektuella kapitalet och på så sätt kunna undersöka fler företag. Ett exempel på en sådan studie kan vara att undersöka hur affärskedjor rapporterar kring sitt lokaliseringskapital.

6. Referenser

6.1 Litteratur & Artiklar

Andersson, P-E. et al., (1999) *Intellektuellt kapital i teori och praktik*, Djursholm: Humantec

Andriessen, D., *IC valuation and measurement – classifying the state of the art*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 No. 2, 2004

Beattie, V. et al., *Lifting the Lid on the Use of Content Analysis to Investigate Intellectual Capital Disclosures in Corporate Annual Reports*, Accounting Forum, Vol. 31 No. 3, 2007

Dessler, G., (1993) *Organization Theory – Integrating structure and behaviour* (2nd Edition), Singapore: Prentice-Hall: Simon & Shuster

Fincham R. et al., *Intellectual capital accounting as management fashion – a review and critique*, European Accounting Review, Vol. 12 No. 4, 2003

García-Meca, E., *Bridging the gap between disclosure and the use of intellectual capital information*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 6 No. 3, 2005

Guimón, J., *Intellectual capital reporting and credit risk analysis*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 6 No 1, 2005

Guthrie, J. et al., *Sunrise in the economy – Managing, measuring and reporting intellectual capital*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 14 No. 4, 2001

Halvorsen, K., (1996) *Samhällsvetenskaplig metod*, Lund: Studentlitteratur

Holland, J. et al., *Value-relevant information on corporate intangibles – creation, use, and barriers in capital markets – ”between a rock and a hard place”*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 4 No. 4, 2003

Jacobsen, D-I. et al., (1995) *Hur moderna organisationer fungerar – introduktion i organisation och ledarskap*, Lund: Studentlitteratur

Johansson, U., *Why are capital market actors ambivalent to information about certain indicators on intellectual capital*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 19 No1, 2003

Jäderberg, Y. et al., (2007) *Frivilliga personalupplysningar – skiljer sig upplysningarna som lämnas i årsredovisningen gentemot dem som lämnas på hemsidan? Vid företagsekonomiska institutionen*

Jönsson-Lundmark, B., (1987) *Hemligheten bakom årsredovisningen*, Stockholm: Liber

Kaufmann, L. et al., *Intangibles – A synthesis of current research*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 No. 3, 2004

Kristandl, G. et al., *Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm*, Management Decision, Vol. 45 No. 9, 2007

Lundahl, U. et al., (1999) *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer* (3:e upplagan), Lund: Studentlitteratur

Marr, B. et al., *Intellectual capital at the crossroads – managing, measuring, and reporting of IC*, Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 No. 2, 2004

Marr, B. et al., (2005) *Perspectives on Intellectual Capital*, USA: Elsevier

Marr, B. et al., *Why do firms measure their intellectual capital?*, Journal of Intellectual capital, Vol. 4 No. 4, 2003

Marston, C., *Financial reporting on the Internet by leading Japanese companies*, Corporate Communications – An International Journal, Vol. 8 No. 1, 2003

Merriam, S-B., (1988), i översättning av Nilsson, B., (1994) *Fallstudien – som forskningsmetod*, Lund: Studentlitteratur

Mouritsen, J., *Measuring and intervening – How do we theorise intellectual capital management?*, Journal of Intellectual capital, Vol. 5 No. 2, 2004

Mouritsen, J., *Overview – Intellectual capital and the capital market – the circulability of intellectual capital*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 16 No. 1, 2003

Mouritsen, J. et al., *Reporting on intellectual capital – why what and how?*, Measuring Business Excellence, Vol. 8 No. 1, 2004

Stewart, T-A., (1997), i översättning av Kristoffersson, M., (1999) *Intellektuellt kapital – organisationers nya förmögenhet*, Stockholm: Nerenius & Santérus

van der Meer-Kooistra, J. et al., *Reporting on intellectual capital*, Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 14 No. 4, 2001

Westholm, C-J., (1982) *Företagens intressenter och kontrakt*, Stockholm: Nordstedt och Söner

Widerberg, K., (1994), i översättning av Torhell, S-E., (1995) *Att skriva vetenskapliga uppsatser*, Lund: Studentlitteratur

6.3 Årsredovisningar

Acandos årsredovisning för 2007

Xano Industriars årsredovisning för 2007

6.4 Hemsidor

Acandos hemsida: www.acando.se

Xano Industriers hemsida: www.xano.se

OMX's noteringsavtal: http://omxnordicexchange.com/digitalAssets/40/40599_Noteringsavtal_med_handledning_1_juli_2007_.pdf

Figur 2: www.ebbemunk.dk/technostructure

7. Bilagor

7.1 Kapitalslag och beståndsdelar

Innovationsförmåga

Anställdas innovationsförmåga
Organisationens innovationsförmåga
Organisationens innovationssatsningar
Forsknings- och kunskapscenter
Forskningssamarbeten och projekt
Innovationsmöjlighet

Humankapital

Anpassningsförmåga och Flexibilitet
Anställda
Anställdas profil
Attityd
Entreprenörsanda
Erfarenhet
Frisk och Hälsovård
Frånvaro
Hängivelse
Jämställdhet (eller brist på dito)
Know-How
Kompetens och kunskap
Kreativitet
Lyhördhet
Motivation
Personalomsättning
Produktivitet
Rekrytering
Samarbetsförmåga
Tolerans för tvetydighet och osäkerhet
Utbildning
Utveckling

Kundkapital

Befintliga kunder
Image
Intressenter
Konkurrensförmåga/Kommersiell styrka
Konkurrenter
Kundaktiviteter/Marknadsföring
Kunden i fokus
Kundkänedom
Kundprofil
Kundrelation
Marknadskanaler

Forts. kundkapital

Miljöaktiviteter
Potentiella kunder
Samarbete
Samhälle
Strategiska kunder
Tillväxt/Utspridning
Varumärke och rykte

Leverantörskapital

Affärs- och leverantörssamarbeten samt avtal
Distributionskanaler
Leverantörsaktiviteter
Leverantörskänedom

Strukturkapital

Företagskultur
Infrastruktur
Kundsupport
Organisationens flexibilitet
Organisationens struktur
Organisationens erfarenhet och kompetens
Förvärv och avyttringar
System och mjukvara
Styrfilosofi

Processkapital

Administrativa processer
Förändrings- och inlärningsförmåga
Organisationsförändringar
Styrningsprocesser
Tillvägagångssätt
Tillvägagångssätt
Upplärning och kompetensöverföring
Utbildning
Verksamhetsprocesser

Lokaliseringskapital

- inga underrubriker

7.2 Intervjufrågor till representanter från Xano Industrier och Acando

- Vad har ni för syfte med er hemsida?
- Vad har ni för tankar och motiv bakom det ni informerar om på er hemsida?
- Vilka vill ni nå via hemsidan?
- Tycker ni att hemsidan är ett effektivt sätt att nå de ni vill nå?
- Har ni några andra viktiga kommunikationsmedel som kompletterar hemsidan?